სსიპ -„აწარმოე საქართველოში“ პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოზიდვის 2020-2022 წლების სტრატეგია

სარჩევი

[შესავალი 2](#_Toc65868795)

[1. არსებული სიტუაციის მიმოხილვა 4](#_Toc65868796)

[2. პრიორიტეტული სექტორების მიმოხილვა 21](#_Toc65868797)

[3. სტრატეგიის მიზნები და ამოცანები 67](#_Toc65868798)

[მიზანი 1: ინვესტიციების პრო-აქტიურად მოზიდვა 68](#_Toc65868799)

[ამოცანა 1.1 პრიორიტეტულ სექტორებში სამიზნე კომპანიების იდენტიფიცირება 68](#_Toc65868800)

[ამოცანა 1.2 სამიზნე კომპანიებთან დაკავშირება და შეხვედრების ორგანიზება 69](#_Toc65868801)

[ამოცანა 1.3 პოტენციური და არსებული ინვესტორების დახმარება ინვესტიციის განხორციელების პროცესში 70](#_Toc65868802)

[1.4 საინვესტიციო პოლიტიკის შემუშავების ხელშეწყობა 71](#_Toc65868803)

[მიზანი 2: საქართველოს საინვესტიციო პოტენციალის პოპულარიზაცია 72](#_Toc65868804)

[ამოცანა 2.1. სექტორული კვლევებისა და საინვესტიციო პროექტების მომზადება 72](#_Toc65868805)

[ამოცანა 2.2. საინვესტიციო გზამკვლევების და სექტორული საპრეზენტაციო მასალების შექმნა 73](#_Toc65868806)

[ამოცანა 2.3. საქართველოს ბიზნეს კლიმატის უპირატესობების შესახებ საინვესტიციო კონსულტანტების ინფორმირება 73](#_Toc65868807)

[ამოცანა 2.4. საინვესტიციო შესაძლებლობების პოპულარიზაცია საერთაშორისო სექტორული რეიტინგების, ონლაინ შედარების ინსტრუმენტების (benchmarking), ასოციაციების, სტატიების, ანგარიშებისა და ონლაინ გამოცემების მეშვეობით 74](#_Toc65868808)

[ამოცანა 2.5. ციფრულ პლატფორმებზე ინფორმაციის ხელმისაწვდომობის უზრუნველყოფა 75](#_Toc65868809)

[4. სტრატეგიის განხორციელება 75](#_Toc65868810)

[4.1. მომხმარებელთან ურთიერთობის მართვის პროგრამა (CRM) 75](#_Toc65868811)

[4.2. საერთაშორისო მონაცემთა ბაზებზე წვდომის უზრუნველყოფა 76](#_Toc65868812)

[4.3. თანამშრომლების რაოდენობის სტრატეგიულ მიზნებთან თანხვედრაში მოყვანა 76](#_Toc65868813)

[4.4. 2021-2022 წლების სამოქმედო გეგმა 76](#_Toc65868814)

[4.5. სტრატეგიის დაფინანსება 76](#_Toc65868815)

[5. სტრატეგიის განხორციელების მონიტორინგი და შეფასება 77](#_Toc65868816)

**ტერმინთა განმარტება**

|  |  |
| --- | --- |
| FDI | პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები  |
| UNCTAD | გაეროს ვაჭრობისა და განვითარების კონფერენცია |
| IFC | საერთაშორისო საფინანსო კორპორაცია |
| World Bank | მსოფლიო ბანკი |
| DCFTA | ღრმა და ყოვლისმომცველი თავისუფალი სავაჭრო სივრცე  |
| მშპ | მთლიანი შიდა პროდუქტი |
| SCPX | სამხრეთ კავკასიის გაზსადენის სისტემის გაფართოების პროექტი |
| Efficiency-seeking FDI | ეფექტიანობაზე დაფუძნებული ინვესტიცია |
| Natural resource-seeking FDI | ბუნებრივ რესურსებზე დაფუძნებული ინვესტიცია |
| Market-seeking FDI | ადგილობრივი ბაზრის ათვისებაზე დაფუძნებული ინვესტიცია |
| Strategic asset-seeking FDI | სტრატეგიული აქტივების წვდომაზე დაფუძნებული ინვესტიცია |
| Merger and Acquisition (M&A) FDI | ინვესტიციის განხორციელება არსებულ მეწარმე სუბიექტში კომპანიაში წილის შესყიდვის გზით |
| Greenfield FDI | ინვესტიციის განხორციელება ახალ პროექტში |
| Roadshow | საინვესტიციო მისია კომპანიებთან პირისპირ შეხვედრების გამართვის მიზნით  |
| BPO | ბიზნეს სერვისების აუთსორსინგი  |
| IT | ინფორმაციული ტექნოლოგიები |
| Offshoring | ბიზნეს პროცესის ერთი ქვეყნიდან მეორეში გადატანა/აუთსორსინგი, განსაკუთრებით შორ მანძილზე და ხშირად სხვა კონტინენტზე |
| Near-shoring  | ბიზნეს პროცესის ერთი ქვეყნიდან მეორეში გადატანა/აუთსორსინგი, თუმცა შედარებით ახლოს მდებარე ქვეყანაში ვიდრე ე.წ. Offshoring-სას |
| Reshoring | ბიზნეს პროცესის საზღვარგარეთიდან დაბრუნება იმ ქვეყანაში, სადაც თავდაპირველად ხდებოდა არსებული პროცესის შესრულება  |
| MRO | საჰაერო ხომალდების რემონტი და ტექნიკური მომსახურება |
| GMP | კარგი საწარმოო პრაქტიკა |

# შესავალი

პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები მნიშვნელოვანი ელემენტია განვითარებადი და გარდამავალი ეკონომიკის მქონე ქვეყნების განვითარების პროცესში, რადგან ის წარმოადგენს ქვეყანაში კაპიტალის, ცოდნისა და ტექნოლოგიის შემოდინების მნიშვნელოვან საშუალებას, ხელს უწყობს სამუშაო ადგილების შექმნას და ეკონომიკის სწრაფი ზრდის სტიმულირებას.

ინვესტიციად მიიჩნევა ყველა სახის ქონებრივი და ინტელექტუალური ფასეულობა ან უფლება, რომელიც დაბანდდება და გამოიყენება შესაძლო მოგების მიღების მიზნით სახელმწიფოს ტერიტორიაზე განხორციელებულ სამეწარმეო საქმიანობაში. პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები (FDI) გულისხმობს ერთი ქვეყნის რეზიდენტის მიერ სხვა ქვეყანაში ინვესტიციის განხორციელებას, როდესაც კომპანიაში უცხოური კაპიტალის მოცულობა აღემატება 10%-ს.

მიუხედავად იმისა, რომ წლების განმავლობაში საქართველოში პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოცულობა მაღალია, როგორც ეკონომიკის ზომასთან შედარებით (FDI/მშპ–ის თანაფარდობა), ასევე ერთ სულ მოსახლეზე, ქვეყანა ე.წ. ეფექტიანობაზე დაფუძნებული (efficiency-seeking) პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების ნაკლებობას განიცდის. საქართველოში შემოსული პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების უმეტესობა მოდის ე.წ. ბუნებრივი რესურსების მაძიებელ და ბაზრის მაძიებელ პირდაპირ უცხოურ ინვესტიციებზე, რომელიც ტექნოლოგიების გავრცელების დაბალი მაჩვენებლით ხასიათდება. ამასთან, პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების შემოდინება შემცირდა 2018 წლიდან, რაც ძირითადად სამხრეთ კავკასიის გაზსადენის სისტემის გაფართოების პროექტის (SCPX) დასრულებით იყო განპირობებული.

ეფექტიანობაზე დაფუძნებული პირდაპირ უცხოური ინვესტიციებს უფრო მეტი უპირატესობები აქვს, ვიდრე მხოლოდ კაპიტალის შემოდინება და დამატებითი სამუშაო ადგილების შექმნა, რადგან ხელს უწყობს ცოდნისა და ტექნოლოგიების გადმოტანას, ექსპორტის და დამატებული ღირებულების ზრდას, ექსპორტის დივერსიფიცირებას, ადგილობრივი სამუშაო ძალის კვალიფიკაციის და ქვეყნის კონკურენტუნარიანობის ამაღლებას.

საერთაშორისო საფინანსო კორპორაციასთან (IFC) თანამშრომლობით მომზადდა სექტორების შეფასების დოკუმენტი 2019 წელს, რომელიც გულისხმობს სექტორების რანჟირებას ორი მთავარი ფაქტორით: სექტორის მიმზიდველობა (საქართველოს ეკონომიკური განვითარების მიზნების გათვალისწინებით) და ინვესტორისთვის საინვესტიციო შეთავაზების მიზანშეწონილობა. ამასთან, ანალიზისას შესწავლილი იყო ბოლო წლებში განხორციელებული სხვადასხვა სექტორული კვლევა და ჩატარდა ორმოცამდე ინტერვიუ არსებულ ინვესტორებთან, ბიზნეს ასოციაციებთან, დონორ ორგანიზაციებთან, საგანმანათლებლო და სახელმწიფო უწყებებთან. 2020 წელს მოხდა სექტორების გადახედვა COVID ეფექტის გათვალისწინებით.

ჩატარებული ანალიზის საფუძველზე განისაზღვრა პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოზიდვის მიმართულებით რვა პრიორიტეტული სექტორი, თუმცა პანდემიიდან გამომდინარე სამ სექტორზე პრო-აქტიური მუშაობა განახლდება 2021 წლის მეორე ნახევარში. დამატებით, ინვესტორებისგან მომატებული ინტერესისა თუ სტრატეგიული მნიშვნელობის გამო განისაზღვრა სამი პრიორიტეტული სექტორი ინვესტიციის განხორციელების პროცესში დახმარების კუთხით (ე.წ. facilitation and aftercare). თუმცა, ამ სექტორებში უმეტესი რესურსი დაეთმობა დაინტერესებული ინვესტორების მხარდაჭერას, რომლებიც გარკეულწილად უკვე განიხილავენ საქართველოში ინვესტიციას და მომართავენ სააგენტოს.

ეფექტიანობაზე დაფუძნებული ინვესტიციების მნიშვნელობის, სექტორების ანალიზის, პანდემიით გამოწვეული სირთულეებისა და ტენდენციების გათვალისწინებით, სსიპ-მა „აწარმოე საქართველოში“ მოამზადა განახლებული პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოზიდვის სტრატეგია და 2021-2022 წლების სამოქმედო გეგმა, რომლებიც განსაზღვრავენ მომდევნო წლებში დასახულ მიზნებსა და მათ შესასრულებლად განსახორციელებელ აქტივობებს.

# არსებული სიტუაციის მიმოხილვა

გლობალური პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების ნაკადები ბოლო წლების განვალობაში კლების ტენდენციით ხასიათდება. გაეროს ვაჭრობისა და განვითარების კონფერენციის (UNCTAD) მონაცემების მიხედვით 2019 წელს ინვესტიციების მსოფლიო ნაკადი 1.54 ტრილიონი აშშ დოლარი იყო, რაც 2018 წლის დაზუსტებულ მაჩვენებელს მხოლოდ 3%-ით აღემატება, ხოლო ბოლო ხუთწლეულის მაქსიმალურ მაჩვენებელს (2 ტრილიონ აშშ დოლარი-2015 წელი) კი თითქმის 30%-ით ჩამორჩება. კორონავირუსის პანდემიით გამოწვეული ეკონომიკური კრიზისს მსოფლიო ბანკი ანგარიშში 2020 Global Economic Prospects აფასებს, როგორც “ყველაზე მასშტაბური რეცესია II მსოფლიო ომის შემდგომ“, რაც გამოიწვევს 5%-იან გლობალურ ეკონომიკურ ვარდნას 2020 წლის ბოლოსთვის. რეცესია დიდ გავლენას ახდენს გლობლური ინვესტიციების ნაკადების ცვლილებაზე. პანდემიის დასაწყისში გაკეთებული პროგნოზებით ნავარაუდები იყო 2020 წელს დაახლოებით 50%-იანი ვარდნა (UNTCAD, OECD), რაც უკვე გამართლდა 2020 წლის პირველი ნახევრის შედეგებით და პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები 49%-ით არის შემცირებული 2019 წლის იმავე პერიოდის მაჩვენებელთან შედარებით. UNCTAD-ის უახლესი ანგარიშის, „მსოფლიო ინვესტიციების ანგარიში 2020“, მიხედვით განსაკუთრებულად დიდ კლებას ჰქონდა ადგილი ევროპასა და ამერიკის შეერთებულ შტატებში; ასევე დრამატულად, 81%-ით, შემცირდა ინვესტიციები გარდამავალი ეკონომიკების ქვეყნებში, რომელსაც მიეკუთვნება საქართველო. შემცირება მოხდა ყველა ტიპის პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების ნაკადებში: გაცხადებული ახალი (greenfield) პროექტების მოცულობა შემცირდა 37%-ით, M&A პროექტები 15%-ით, ხოლო საერთაშორისო პროქტების დაფინანსების გარიგებები (cross-border project finance deals) 25%-ით.

დიაგრამა#1 პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების ნაკადები, 2015-2019 მონაცემები და 2020-2022 პროგნოზი

ტრილიონი აშშ დოლარი

*წყარო: გაეროს ვაჭრობისა და განვითარების კონფერენციის (UNCTAD) World Investment Report 2020*

ზემოთ მოცემული გრაფიკის მიხედვით თუ საბაზისო წერტილად ავიღებთ პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების ოდენობას 2009 წელს, როგორც გლობალური ფინანსური კრიზისის პერიოდი (1.2 ტრილიონი აშშ დოლარი), მოკლევადიანი პერიოდის პროგნოზის მიხედვით პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების ნაკადები ჩამოცდება გასული ათწლეულის ისტორიულ მინიმუმს. მოსალოდნელია, რომ ბაზარი გაჯანსაღებას 2022 წელს დაიწყებს.

კორონავირუსის პანდემიით გამოწვეული გლობალური ფინანსური სიძნელეები აისახა საერთაშორისო კორპორაციების გეგმებზე. 2020 წლის მაისში გამოქვეყნებული PwC's COVID-19 CFO Pulse ანგარიშის მიხედვით, 1000 მდე აღმასრულებელი ფინანსური ოფიცრის გამოკითხვის შედეგად რომლებიც წარმოადგენენ 23 ქვეყანას, გამოკითხულთა ნახევარზე მეტი ვარაუდობს წლის ბოლოსთვის საშუალოდ 25%-იან შემოსავლების შემცირებას, მიუხედავად იმისა რომ ამ პერიოდში ქვეყნების დიდმა ნაწილმა პანდემიის გამო დაწესებული შეზღუდვები შეამსუბუქა. კითხვაზე, თუ რა მიმართულებით შემცირდება ინვესტიციები კომპანიების მხრიდან, ძირითადი ნაწილი მოდის კაპიტალურ დანახარჯებთან დაკავშირებულ პროექტებზე, ხოლო CFO ები ყველაზე ნაკლებად ციფრული, R&D და კიბერუსაფრთხოებასთან დაკავშირებით ინვესტიციების შემცირებას მოელიან.

დიაგრამა#2 გამოკითხვა: რა მიმართულებით ელიან კორპორაციები ხარჯების შემცირებას?

*წყარო: PwC's COVID-19 CFO Pulse, ივნისი, 2020*

გლობალური კომპანიების მოლოდინები ხარჯების ოპტიმიზაციასთან დაკავშირებით ნეგატიურად აისახა 2019 წელს გაცხადებულ პროექტებთან მიმართებაში. მაგალითისთვის, EY-ის მიერ მაისში ჩატარებული კვლევის Europe Attractiveness Survey 2020 მიხედვით ევროპაში დაგეგმილი 6421 FDI პროექტი დაკორექტირდა, საიდანაც დაახლოებით 10% გაუქმდა და 25% მოითხოვს ხელახალ გადახედვას, რაც შესაბამისად ისახება 2020 წლის განმავლობაში საინვესტიციო სააგენტოების მიერ გაცხადებული პროექტების და მოლაპარაკებების დაგეგმილ ვადებში დასრულებაზე.

ასევე, გასათვალისწინებელია სექტორულ ჭრილში რომელ დარგებს შეეხო კრიზისი ყველაზე მეტად. აუცილებელი საყოფაცხობრებო პროდუქციის წარმოება, ციფრული სერვისები, ფარმაცევტული პროდუქტები და სერვისები ის სექტორებია, რომლებიც უფრო მდგრადი აღმოჩნდა კრიზისისადმი მომხმარებელთა მხრიდან გაზრდილი მოთხოვნის გამო. მაგალითისთვის, ელექტრონული კომერციის გიგანტმა კომპანიამ Amazon 175,000-ზე მეტი ახალი თანამშრომელი დაიქირავა მსოფლიოს მასშტაბით მარტის შუა რიცხვების შემდგომ, ხოლო ტურიზმის სექტორში 75 მილიონი სამუშაო ადგილი დადგა რისკის ქვეშ.

დიაგრამა#3 პანდემიის შედეგად ყველაზე მეტად და ნაკლებად დაზარალებული სექტორები

წარმოება (არაკრიტიკული)

მშენებლობა და უძრავი ქონება

საფინანსო სერვისები

განათლება

ავტომობილები

ავიაცია და საზღვაო სექტორი

ნავთობი და გაზი

სამედიციცნო სერვისები და პროდუქტები

საკვები პროდუქციის წარმოება და საცალო გაყიდვები

ტურიზმი

სოფლის მეურნეობა

სექტორები, რომლებიც ყველაზე ნაკლებად დაზარალდა

სექტორები, რომლებიც ყველაზე მეტად დაზარალდა

ელექტრონული კომერცია

ჯანდაცვა და პირადი ჰიგიენა

ციფრული სერვისები

*წყარო: EY Europe Attractiveness Survey 2020*

UNCTAD-ის 2020 წლის მსოფლიო ინვესტიციების ანგარიშის მიხედვით, იკვეთება 4 ძირითადი მიმართულება/ტენდენცია, რაც გავლენას იქონიებს პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების ნაკადებზე სხვადასხვა სექტორში მომავალ წლებში.

დიაგრამა#4 ტრანსფორმაციის ოთხი ძირითადი მიმართულება

 ნაკლებად რელევანტური

 მეტად რელევანტური

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Reshoring** | **დივერსიფიკაცია** | **რეგიონალიზაცია** | **რეპლიკაცია** |





პირველადი გადამუშავება

სოფლის მეურნეობის სექტორები

პირველადი სექტორები

წარმოება



ტექნოლოგიურად მაღალინტენსიური წარმოება (ავტომობილები,

 დანადგარები, ელ. მოწყობილობები)

გლობალური ღირებულებათა ჯაჭვზე მაღალდამოკიდე-ბული სექტორები

კონცენტრირებული, მაღალი დამატებული ღირებულების მქონე

განაწილებული, დაბალი დამატებული ღირებულების მქონე

გეოგრაფიულად განაწილებული ინდუსტრიები

სერვისები



საშუალო-დაბალი ტექნოლოგიური

ინტენსივობის წარმოება (ტანსაცმელი

და ტექსტილი)



რეგიონული გადამამუშავებელი მრეწველობა (საკვები, სასმელი, ქიმიური წარმოება)



გლობალურ ჰაბებზე მიბმული წარმოება (ფარმაცევტული პროდუქცია)



საცალო და საბითუმო გაყიდვები

ტრანსპორტი და ლოგისტიკა



ფინანსური სერვისები

ბიზნეს სერვისები



*წყარო: გაეროს ვაჭრობისა და განვითარების კონფერენცია (UNCTAD) World Investment Report 2020, International Production Beyond Pandemic*

ზემოთ მოცემულ გრაფიკში ჩანს რომელი სექტორებისთვის რამდენად მნიშვნელოვანი იქნება შემდეგი სახის ტენდენციები და ცვლილებები:

1. Re-shoring - პროცესების საზღვარგარეთიდან დაბრუნება იმ ქვეყნებში, სადაც თავდაპირველად ხდებოდა არსებული პროცესის შესრულება, რაც შეამცირებს ღირებულებათა ჯაჭვის ფრაგმენტაციას და დამატებული ღირებულების მაღალ გეოგრაფიულ კონცენტრაციას.
2. დივერსიფიკაცია - ეკონომიკური აქტივობების გეოგრაფიული არეალის გაფართოვება. პირველ რიგში ეს ტრენდი შეეხება მასობრივ წარმოებას და სერვისებს, რაც ახალ ქვეყნებს და კომპანიებს საშუალებას მისცემს გლობალ ღირებულებათა ჯაჭვსში ინტეგრირდნენ.
3. რეგიონალიზაცია - ეს ტენდენცია შეამცირებს ფიზიკურ დისტანციას, თუმცა არ იქონიებს გავლენას მიწოდების ჯაჭვის ფრაგმენტაციაზე. რეგიონალიზაცია გავლენას იქონიებს გადამამუშავებელ ინდუსტრიებზე და გამოიწვევს როგორც ე.წ. ეფექტიანობაზე დაფუძნებული (efficiency seeking) ინვესტიციებიდან რეგიონული ბაზრის ათვისებაზე დაფუძნებული ინვესტიციებზე გადასვლას, ასევე გლობალურ ღირებულებათა ჯაჭვში ვერტიკალური სეგმენტაციის გაშლას და უფრო ფართო ინდუსტრიულ ბაზებსა და კლასტერებზე ორიენტაციას.
4. რეპლიკაცია - გამოიწვევს ღირებულებათა ჯაჭვების შემოკლებას და მეტი დამატებულ ღირებულებას შექმნას ერთ ადგილას. ეს ტენდენცია უფრო მეტ გავლენად იქონიებს ჰაბებზე მიბმულ (hub-and-spoke) და რეგიონულ გადამამუშავებელ ინდუსტრიებზე. ამასთან, ადგილობრივი წარმოების ბაზა და მწარმოებელთა მომსახურების ხარისხი გახდება წინაპირობა გლობალურ ღირებულებათა ჯაჭვის ბოლო ეტაპების ქვეყანაში მოსაზიდად. თუმცა, აღნიშნული არ იძლევა ტექნოლოგიის და დიდი დამატებული ღირებულების მოპოვების გარანტიას.

განვითარებადი ქვეყნებისთვის განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების ნაკადების შემოდინება. გლობალურად მზარდი კონკურენციის პირობებში ქვეყნები ცდილობენ მეტად კონკურენტული გახადონ საინვესტიციო შეთავაზებები. ის ფაქტორები, რაც ადრე ინვესტორებისთვის ნაკლებად იყო მნიშვნელოვანი, მაგალითად როგორიც არის პირდაპირი ფინანსური მხარდაჭერის მექანიზმები, პანდემიამ უფრო მნიშვნელოვანი გახადა გლობალური ეკონომიკური რეცესიის პირობებში. EY-ის მიერ 2020 წლის აპრილში გამოკითხული ბიზნეს-ლიდერების 80% სამომავლოდ საინვესტიციო ლოკაციების არჩებისას მთავრობების მიერ შემოთავაზებულ სტიმულირების პაკეტებს თვლიან ყველაზე მნიშვნელოვნად:

დიაგრამა#5 გამოკითხვა: რა ფაქტორები იქნება გადამწყვეტი საინვესტიციო ლოკაციების არჩევისას

*წყარო: EY Flash Survey May 2020*

პანდემისგან გამოწვეულმა შეზღუდვებმა საფრთხე შეუქმნა ტრადიციულ მიწოდების მოდელებს. პანდემიის დასაწყისში ანალიტიკოსების მიერ აქტიურად განიხილებოდა, რომ მიწოდების ჯაჭვის ქსელის ერთ გეოგრაფიულ არეალში კონცენტრირება ჩინეთის მაგალითზე არის სარისკო და კორპორაციები აქტიურად დაიწყებდნენ ახალი ქვეყნების განხილვას ალტერნატიული ჰაბების შესაქმნელად, თუმცა რამდენიმე თვის შემდგომ კორპორაციების მოლოდინები შეიცვალა და ისინი ნაკლევად ვარაუდობენ მიწოდების ჯაჭვის ტრანსფორმაციას. თუ აპრილში EY-ის მიერ გამოკითხული კომპანიების 83% ვარაუდობდა პროცესების გადატანას ევროპისა და აფრიკის დაბალდანახარჯიან ქვეყნებში, ოქტომბერში მხოლოდ 37% იზიარებს ამ ვარაუდს, კომპანიები თავს იკავებენ მაღალდანახარჯიან ცვლილებებზე. რაც შეეხება გაფართოების გეგმებს, თუ აპრილში გამოკითხული აღმასრულებელი მენეჯერების 23% ვარაუდობდა 2020 წლის საინვესტიციო გეგმების 2021 წელს და იმის შემდგომ გადატანას, ოქტომბერში 31% იზიარებს ამ შეხედულებას.

დიაგრამა#6 გამოკითხვა: როგორ შეიცვლება მიწოდების ჯაჭვის მოდელი პანდემიის შედეგად?

*წყარო: EY Flash Survey 2020 და EY Europe Attractiveness Survey 2020*

აღსანიშნავია, რომ აღმასრულებელი დირექტორების განწყობები იმაზე, თუ რა ფაქტორები შეიძენს მეტ მნიშვნელობას პანდემიის შედეგად, ექვსი თვის თავზე მოლოდინები იგივეა ციფრულ სერვისებზე მომხმარებლების მხრიდან გაზრდილ მოთხოვნაზე და ოქტომბერში აღმასრულებელი დირექტორების უფრო დიდი ნაწილი მიიჩნევს რომ მეტად დასჭირდებათ მთავრობების ინტერვენცია რათა წვლილი შეიტანონ პანდემიით გამოწვეული სოციალური პრობლემების გასადასაჭრელად, როგორიცაა უმუშევრობა.

დიაგრამა#7 გამოკითხვა: რომელი ტენდენციები დაჩქარდება მომდევნო 3 წელიწადში:

*წყარო: EY Flash Survey October 2020*

ბოლო პერიოდში შექმნილი ანალიტიკური ანგარიშებიდან ასევე აღსანიშნავია 2020 წლის დეკემბერში მსოფლიო ბანკის მიერ გამოქვეყნებული კვარტალური ანგარიში „FDI Watch”, სადაც განხილულია პერსპექტიული წამყვანი სექტორები განვითარებადი ქვეყნებისთვის ინვესტიციების მოსაზიდად. აღნიშნული ანგარიშის მიხედვით, მოკლევადიან პერიოდში (1-2 წელი, პანდემიის პერიოდი) სექტორები, რომელებიც კრიზისადმი მეტად მდგრადი აღმოჩნდა და მსოფლიო ბანკის რჩევით განვითარებადი ქვეყნები უნდა კონცენტრირდნენ ინვესტიციების მოსაზიდად, არის:

* სამედიცინო პროდუქციის წარმოება
* ინფორმაციული ტექნოლოგიების სერვისები და ბიზნეს-პროცესების აუთსორსინგი
* საფინანსო სერვისები
* საკვების გადამუშავება და ნიშნური სოფლის მეურნეობის დარგები

გრძელვადიან პერიოდში (5+ წელი) კი წამყვანი სექტორები, სადაც განვითარებადი ქვეყნებისთვის იქნება ინვესტიციების მოზიდვის შესაძლებლობა, არის:

* ლოგისტიკა
* სასტუმროები და ტურიზმი
* ტანსაცმლის და ტექსტილის წარმოება
* სამედიცინო პროდუქციის წარმოება

სექტორების ანალიზი ეფუძნება საკონსულტაციო კომპანია IBM-PLI-ის შეფასებებს. სექტორების ანალიზისას ანალიტიკოსებმა გაითვალისწინეს 36 ფაქტორი, რომელთაგანაც სექტორების მიმზიდველობასა და მდგრადობაზე ყველაზე დიდ გავლენას ახდენს გაციფრულება, ხელოვნური ინტელექტი, რობოტიკა და პროცესების ავტომატიზაცია, გარემოსდაცვითი მდგრადობა და ბუნებრივი რესურსების გაზიარება, ცვლილებები გლობალურ და რეგიონულ მიწოდების ჯაჭვებში.

პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოზიდვის ხელშეწყობაზე პასუხისმგებელმა უწყებამ, სსიპ „აწარმოე საქართველოში“, პანდემიის და პოსტ-პანდემიურ პერიოდში ახალი საინვესტიციო პროექტების მოზიდვის დროს უნდა გაითვალისწინოს გლობალური ცვლილებები საინვესტიციო ნაკადების მიმართულებით, მოახდინოს არჩეული პრიორიტეტული სექტორების და საინვესტიციო შეთავაზებების ადაპტირება, რათა გაზრდილი კონკურენციის პირობებში შეძლოს წარმატებით დაარწმუნოს პოტენციური ინვესტორები საქართველოში ბიზნესის გასაფართოებლად. აგრეთვე მნიშვნელოვანია პრო-აქტიური მუშაობა ქვეყანაში უკვე შემოსული უცხოური კომპანიების მზარდასაჭერად და რეინვესტირების წასახალისებლად, რადგან აღნიშნულ კომპანიებს უკვე აქვთ წარმატების ისტორია ქვეყანაში და შეუძლიათ არსებული პროექტების ბაზაზე დამატებითი სამუშაო ადგილების შექმნა.

საქართველოში განხორციელებული პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოცულობამ 2019 წელს 1 310.8 მლნ. აშშ დოლარი შეადგინა, რაც 2018 წლის მონაცემებზე 0.3 პროცენტით მეტია და 3.4 პროცენტით აღემატება 2019 წლის წინასწარ მონაცემებს (საქართველოში განხორციელებული პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების დინამიკას 2007-2019 წლების განმავლობაში დიაგრამა #2 ასახავს). 2018 წელს არსებული შემცირების გამომწვევ ძირითად მიზეზებს შორის აღსანიშნავია სამხრეთ კავკასიის გაზსადენის სისტემის გაფართოების პროექტის (SCPX) მშენებლობის დასრულება, რამდენიმე საწარმოს გადასვლა საქართველოს რეზიდენტების საკუთრებაში, ასევე, არარეზიდენტი პირდაპირი ინვესტორის მიმართ ვალდებულებების შემცირება (სასესხო დავალიანების დაფარვა).

ამასთან, სამხრეთ კავკასიის გაზსადენის სისტემის გაფართოების პროექტი (SCPX), რომლის ღირებულება 2 მილიარდ აშშ დოლარამდეა, მიმდინარეობდა 2014-2017 წლების განმავლობაში და შესაბამისად, მნიშვნელოვანი გავლენა იქონია პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების წლიურ მაჩვენებელზე 4 წლის მანძილზე.

*წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური*

აღსანიშნავია, რომ ბოლო წლების მანძილზე მნიშვნელოვნად იზრდება რეინვესტირების წილი მთლიან პირდაპირ უცხოურ ინვესტიციებში და ხსენებულმა მაჩვენებელმა 2019 წელს 48.4%-ს მიაღწია. აღნიშნულზე მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინა 2017 წელს განხორციელებულმა საგადასახადო რეფორმამ, რომლის მიხედვითაც, გარკვეული გამონაკლისების გარდა, გაუნაწილებელი მოგება აღარ იბეგრება. ქვემოთ მოცემული ცხრილი აჩვენებს საქართველოში პირდაპირ უცხოურ ინვესტიციებს კომპონენტების მიხედვით 2013-2019 წლებში.

ცხრილი #1: პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები კომპონენტების მიხედვით 2013-2019 წლებში

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
| სულ ინვესტიცია (მლნ აშშ დოლარი) | 1,039.2 | 1,837.0 | 1,728.8 | 1,652.6 | 1,978.3 | 1,306.3 | 1,310.8 |
| მათ შორის: |  |  |  |  |  |  |  |
| სააქციო კაპიტალი | 535.8 | 1,150.7 | 1,283.9 | 1,807.3 | 1,107.6 | 840.2 | 691.4 |
| სავალო ვალდებულებები\*\* | 226.6 | 363.4 | 287.2 | -465.7 | 254.2 | 32.1 | -15.1 |
| რეინვესტიცია\* | 276.8 | 322.9 | 157.7 | 311.0 | 616.5 | 434.0 | 634.9 |
| რეინვესტიციის წილი მთლიან პირდაპირ უცხოურ ინვესტიციებში (%) | 26.6% | 17.6% | 9.1% | 18.8% | 31.2% | 33.2% | 48.4% |
| *\* რეინვესტიცია - სხვაობა მოგება-ზარალსა და დივიდენდებს შორის**\*\* სავალო ვალდებულებებში აისახება სავაჭრო კრედიტები და სესხები* |  |
| *წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური* |  |

2019 წელს საქართველოში განხორციელებული პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მიხედვით უმსხვილესი ინვესტორი ქვეყნები შემდეგნაირად განაწილდა: პირველ ადგილზე გაერთიანებული სამეფო იმყოფება 237 მლნ აშშ დოლარით (18,0 პროცენტი), მეორეზე თურქეთი 175 მლნ აშშ დოლარით (13,4 პროცენტი), ხოლო მესამეზე ირლანდია 133 მლნ აშშ დოლარით (10,2 პროცენტი). სამი უმსხვილესი ინვესტორი ქვეყნის წილმა პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების საერთო მოცულობაში, 2019 წლის დაზუსტებული მონაცემებით, 41.6 პროცენტი შეადგინა.

*წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური*

ცხრილი #2-ში მოცემულია პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები ეკონომიკის სექტორების მიხედვით 2016-2019 წლებში

ცხრილი#2

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები, მლნ აშშ დოლარი | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
| სულ | 1 652,6 | 1 978,3 | 1 306,3 | 1 310,8 |
| მათ შორის: |  |  |  |  |
| საფინანსო სექტორი | 124,1 |  8 % | 308,8 |  16%  | 274,0 | 21% | 272,1 | 21% |
| ენერგეტიკა | 145,0 |  9 % | 279,0 |  14%  | 122,3 | 9% | 261,6 | 20% |
| ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა | 662,8 |  40%  | 524,9 |  27% | 163,1 | 12% | 126,8 | 10% |
| დამამუშავებელი მრეწველობა | 123,6 |  7% | 99,3 |  5%  | 169,5 | 13% | 115,3 | 9% |
| სამთომოპოვებითი მრეწველობა | 49,7 |  3%  | 51,8 |  3 % | 62,3 | 5% | 52,4 | 4% |
| მშენებლობა | 176,5 |  11%  | 176,7 |  9% | 173,8 | 13% | 35,3 | 3% |
| სასტუმროები და რესტორნები | 119,9 |  7% | 109,5 |  6 % | 82,3 | 6% | 120,2 | 9% |
| ჯანდაცვა და სოციალური დახმარება | 29,6 |  2% | 5,9 |  0%  | 12,4 | 1% | 13,5 | 1% |
| უძრავი ქონება | 55,5 |  3%  | 222,6 |  11% | 130,7 | 10% | 8,7 | 1% |
| დანარჩენი სექტორები  | 166,0 |  10% | 199,7 |  10%  | 115,9 | 9% | 304,9 | 23% |

*წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური*

2019 წელს სამი უმსხვილესი სექტორის წილმა (განხორციელებული პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მიხედვით) 50.4 პროცენტი შეადგინა. ყველაზე მეტი პირდაპირი უცხოური ინვესტიცია საფინანსო სექტორში განხორციელდა და 272.1 მლნ. აშშ დოლარი შეადგინა, რაც პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების საერთო მოცულობის 20.8 პროცენტია. მეორე ადგილზე იმყოფება ენერგეტიკის სექტორი 261.6 მლნ. აშშ დოლარით, ხოლო მესამეზე - ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა 126.8 მლნ. აშშ დოლარით.

*წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური*

აღსანიშნავია, რომ მსოფლიოში არსებულ პანდემიას გავლენა ჰქონდა 2020 წელს საქართველოში პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების შემოდინებაზეც - 2020 წლის პირველი სამი კვარტლის ჯამური მონაცემები 719 მლნ აშშ დოლარს შეადგენს, რაც 24%-ით ნაკლებია 2019 წლის ანალოგიურ მაჩვენებელზე. თუმცა, აღნიშნული კლება გაცილებით ნაკლებია, ვიდრე ზოგადად გლობალური პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების და რეგიონში განხორციელებული ინვესტიციების მოცულობის კლება. გაეროს ვაჭრობისა და განვითარების კონფერენციის (UNCTAD) მიერ გამოქვეყნებული მსოფლიო ინვესტიციების უახლესი ანგარიშის „Global Investment Trends Monitor No.36“ თანახმად, განსაკუთრებით დრამატული კლება (-81%) დაფიქსირდა გარდამავალი ეკონომიკების ქვეყნებში (UNCTAD-ის ანგარიშებში საქართველო შეყვანილია გარდამავალი ეკონომიკების ქვეყნებში). ყველაზე ნაკლები შემცირება დაფიქსირდა განვითარებად ქვეყნებში (-16%), ძირითადად ჩინეთისა და სამხრეთ-აღმოსავლეთ აზიის ქვეყნების ხარჯზე.

-49%

-75%

-16%

-81%

-24%

*წყარო: გაეროს ვაჭრობისა და განვითარების კონფერენციის (UNCTAD), საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური*

საქართველოში წლების განმავლობაში პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების შემოდინების მაჩვენებელი მაღალია, როგორც ეკონომიკის ზომასთან შედარებით (FDI/მშპ–ის თანაფარდობა), ასევე, ერთ სულ მოსახლეზე.

მიუხედავად იმისა, რომ აბსოლუტურ გამოსახულებაში მრავალი ქვეყანა იღებს საქართველოზე მეტ პირდაპირ უცხოურ ინვესტიციას, მნიშვნელოვანია ინვესტიციის მოცულობის შედარება ქვეყნის სხვა პარამეტრებთან. მაგალითისთვის, აღმოსავლეთ ევროპაში საქართველო ერთ-ერთი ლიდერია პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების შეფარდებით მშპ-სთან.

*წყარო: მსოფლიო ბანკი, გაეროს ვაჭრობისა და განვითარების კონფერენცია (UNCTAD)*

ასევე, საქართველოს ერთ-ერთი მოწინავე პოზიცია უკავია აღმოსავლეთ ევროპაში პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოცულობით ერთ სულ მოსახლეზე.

*წყარო: გაეროს ვაჭრობისა და განვითარების კონფერენცია (UNCTAD)*

პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების ანალიზისას მოცულობის გარდა გასათვალისწინებელია ინვესტიციების ხანგრძლივობა, ტრანშების პერიოდულობა, სექტორის მახასიათებლები და პროექტების სხვა თავისებურებები. მაგალითისათვის, გარკვეული სექტორები და პროექტები უფრო კაპიტალტევადია, ვიდრე სხვა სექტორები. ამასთან, ქვეყნის განვითარების განსხვავებულ ეტაპებზე, შესაძლოა სხვადასხვა ნაკლებად კაპიტალტევად სექტორებში მოხდეს პირდაპირი უცხოური ინვესტიციის განხორციელება (მაგ. სერვისის ინდუსტრია).

შესაბამისად, ანალიზისას მხედველობაში უნდა იყოს მიღებული პროექტების არა მხოლოდ კაპიტალტევადობა, არამედ სხვა მახასიათებლებიც, როგორიცაა სამუშაო ადგილების შექმნის პერსპექტივა და ქვეყანაში ახალი სექტორების განვითარების შესაძლებლობა. ხსენებული პრინციპებით უნდა იხელმძღვანელოს პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოზიდვის ხელშეწყობაზე პასუხისმგებელმა უწყებამ, სსიპ „აწარმოე საქართველოში“, ახალი საინვესტიციო პროექტების მოზიდვის დროსაც.

ამ პერიოდამდე საქართველოში პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების უმეტესობა მოდის ე.წ. ბუნებრივი რესურსების მაძიებელ და ბაზრის მაძიებელ პირდაპირ უცხოურ ინვესტიციებზე, რომელიც შეზღუდული პროდუქტიულობითა და ტექნოლოგიების გავრცელების დაბალი მაჩვენებლით ხასიათდება.

ამჟამად, საქართველოს გამოწვევა არის ეფექტიანობაზე დაფუძნებული (efficiency-seeking) პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების წილის ზრდა, რომელიც გულისხმობს ძირითადად საექსპორტო ბაზარზე ორიენტირებული საერთაშორისო მულტინაციონალური კომპანიების საქართველოში შემოყვანას. ეფექტიანობაზე დაფუძნებული ინვესტიციები (efficiency-seeking FDI)განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ისეთი ქვეყნებისათვის, რომელთაც სურთ უკეთ ინტეგრირდნენ გლობალურ ეკონომიკაში და საერთაშორისო ღირებულებათა ჯაჭვში უფრო მაღალ საფეხურზე გადავიდნენ. მიუხედავად იმისა, რომ როგორც წესი ასეთი ინვესტიციების მოზიდვა უფრო რთულია, მსგავსი პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები უფრო მეტია, ვიდრე მხოლოდ კაპიტალის და დამატებითი დასაქმების წყარო. ეფექტიანობაზე დაფუძნებული პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები (efficiency-seeking FDI) ხელს უწყობს ცოდნისა და ტექნოლოგიების გადმოტანას, ექსპორტის დივერსიფიცირებას, ადგილობრივი სამუშაო ძალის კვალიფიკაციის და ქვეყნის კონკურენტუნარიანობის ამაღლებას, რაც საბოლოოდ მნიშვნელოვნად ზრდის პროდუქტიულობის დონეს და აჩქარებს ექსპორტით განპირობებულ ეკონომიკურ ზრდას.

ინვესტორის მოტივაციიდან გამომდინარე პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები იყოფა რამდენიმე სახეობად:

* **Natural resource-seeking investment / ბუნებრივ რესურსებზე დაფუძნებული ინვესტიცია:** მოტივირებულია ინვესტორების ინტერესით, რომ მოიპოვონ და გამოიყენონ ბუნებრივი რესურსები
* **Market-seeking investment / ბაზრის ათვისებაზე დაფუძნებული ინვესტიცია:** მოტივირებულია ინვესტორის ინტერესით, რომ დააკმაყოფილოს ადგილობრივი და რეგიონალური ბაზრების მოთხოვნა.
* **Strategic asset-seeking investment / სტრატეგიულ აქტივებზე დაფუძნებული ინვესტიცია** - მოტივირებულია ინვესტორის ინტერესით, რომ მიიღოს წვდომა სტრატეგიულ აქტივებზე (ბრენდზე, ადამიანურ კაპიტალზე, სადისტრიბუციო ქსელებზე და ა.შ.), რომლებიც მისცემენ კომპანიას საშუალებას გახდნენ კონკურენტუნარიანები ბაზარზე. მსგავსი ინვესტიციები ძირითადად ხორციელდება შერწყმებისა და კაპიტალში ინვესტირების გზით
* **Efficiency-seeking investment / ეფექტიანობაზე დაფუძნებული ინვესტიცია** - ინვესტიცია, რომელიც შემოდის ქვეყანაში იმ უპირატესობებისა და ფაქტორების გამო, რომლებიც დაეხმარებიან მას საერთაშორისო ბაზარზე კონკურენტუნარიანობის შენარჩუნებაში

*წყარო: The World Bank; Journal of International Business Studies (John H. Dunning)*

საერთაშორისო გამოცდილება აჩვენებს, რომ საქართველოს ეკონომიკის მსგავსი ქვეყნები და/ან კონკურენტები ფოკუსირებულები არიან ე.წ. Efficiency-seeking ინვესტორებზე და გარკვეულწილად ე.წ. Strategic asset-seeking ინვესტორებზე. ამასთან, მსოფლიოში აღიარებული საუკეთესო გამოცდილების მიხედვით ყველა წარმატებული საინვესტიციო სააგენტო ფოკუსირებას აკეთებს სექტორებზე, რომლებიც ქმნიან ბევრ სამუშაო ადგილს, აქვთ მაღალი საექსპორტო პოტენციალი და ცოდნა შეაქვთ ქვეყანაში. ასევე, მნიშვნელოვანია ის, თუ განხორციელებული FDI-ის რა წილი იხარჯება იმპორტირებულ ნედლეულსა და დანადგარებზე - მაგალითად შეიძლება ქვეყანაში დიდი მოცულობის საინვესტიციო პროექტი განხორციელდეს, მაგრამ იმპორტირებულ დანადგარებსა და ნედლეულზე მაღალი დანახარჯის გამო, მას არ მოყვეს ისეთი ეკონომიკური ეფექტი, როგორსაც პროექტის ჯამური საინვესტიციო მოცულობა აჩვენებს.

COVID პანდემიიდან გამომდინარე, მოკლევადიან პერიოდში მოსალოდნელია ინვესტიციების მსოფლიო ნაკადის შემცირება. შესაბამისად, ინვესტიციების მოზდივის მიმართულებით გაიზრდება ქვეყნებს შორის კონკურენცია, მათ შორის განსაკუთრებით ე.წ. Efficiency-seeking ინვესტორების მოსაზიდად. ამიტომ, საქართველოს საკმაოდ რთული გამოწვევის წინაშე დგას - ქვეყანამ ინვესტორებს უნდა შესთავაზოს ახალი და უფრო ხელსაყრელი საინვესტიციო წინადადებები, რათა კონკურენცია გაუწიოს სხვა ქვეყნებს.

პანდემიით გამოწვეული ტენდენციების, საერთაშორისო გამოცდილების და სექტორების მიმზიდველობის (სექტორის მნიშვნელობა საქართველოს განვითარების მიზნებიდან გამომდინარე) გათვალისწინებით, IFC-სთან თანამშრომლობით მომზადდა სექტორების შეფასების ახალი დოკუმენტი, რომლის მიზანსაც წარმოადგენს პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოზიდვის თვალსაზრისით პრიორიტეტული სექტორების იდენტიფიცირება და გამოვლენა იმ პოტენციური სექტორების, რომლებსაც სწრაფი ზრდის და განვითარების ახალი პოტენციალი გააჩნიათ. თავდაპირველი სკანირება ჩატარდა 2019 წელს, ხოლო 2020 წელს სექტორის სკანირების შედეგებში გათვალისწინებულია COVID-ის ზეგავლენაც.

სექტორების შეფასებისას გამოყენებული იყო ორი მთავარი ფაქტორი - მიმზიდველობა (desirability) და მიზანშეწონილობა (feasibility) COVID ეფექტის გათვალისწინებით. მიმზიდველობა გულისხმობს მოცემულ სექტორში პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების პოტენციურ მნიშვნელობას საქართველოს განვითარების მიზნების გათვალისწინებით, მათ შორის COVID პანდემიამ გაზარდა თუ შეამცირა კონკრეტულ სექტორში ინვესტიციების მოზიდვის საჭიროება 2019 წლის მაჩვენებელთან შედარებით (COVID პანდემიასთან დაკავშირებული მაჩვენებელი მერყეობს -20%-დან +20%-მდე, სადაც +20% ნიშნავს, რომ აღნიშნულ სექტორში ინვესტიციის მოზიდვის მნიშვნელობა უფრო მეტია ვიდრე 2019 წლის სკანირების დროს იყო, ხოლო -20% აჩვენებს, რომ პანდემიიდან გამომდინარე სექტორში ინვესტიციის მოზიდვის მნიშვნელობამ დაიკლო ბოლო ერთი წლის მანძილზე). მიზანშეწონილობა გულისხმობს პოტენციური ინვესტორი კომპანიისთვის სექტორში არსებული საინვესტიციო შეთავაზების მიმზიდველობას. 2020 წლის სექტორების სკანირებისას, კერძო სექტორის მხრიდან მიმზიდველობის გარდა, ასევე ცალკე შეფასდა IFC-ის, როგორც საინვესტიციო ფონდის, თვალსაზრისით სექტორის მიმზიდველობა - თუ სად შეიძლება ფონდმა განახორციელოს ინვესტიცია. აღნიშნული მაჩვენებელიც -20%-დან +20%-მდე მერყეობს და მონაწილეობს მიმზიდველობის ფაქტორის ჯამური ქულის დათვლისას.

სექტორების სკანირება არ გულისხმობს საუკეთესო სექტორების არჩევას, ის ეხება სექტორებისთვის პრიორიტეტების მინიჭებას და მათზე პროაქტიულ მუშაობას, რაც საშუალებას მისცემს ინვესტიციების მოზიდვაზე მომუშავე ჯგუფს, რომ შეზღუდული რესურსები მიმართოს იმ სექტორებისკენ, რომლებიც ყველაზე დიდ გავლენას ახდენს ქვეყნის განვითარებაზე, მისი სოციალურ-ეკონომიკური მიზნების გათვალისწინებით.

თითოეული სექტორი შეფასდა შემდეგი კრიტერიუმის გათვალისწინებით:

|  |  |
| --- | --- |
| მიმზიდველობის (Desirability) ფაქტორები | მიზანშეწონილობის (Feasibility) ფაქტორები |
| პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მიერ შექმნილი სამუშაო ადგილები რაოდენობის, ხარისხის და ქალებისთვის შექმნილი შესაძლებლობების გათვალისწინებით | გლობალურად არის თუ არა დარგზე მოთხოვნა დინამიური და მზარდი |
| პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების გავლენა სავაჭრო ბალანსზე და ექსპორტზე ორიენტირებულობა | ხომ არ აქვს საქართველოს რაიმე გამორჩეული მახასიათებელი, რომელიც მის კონკურენტუნარიანობას განსაზღვრავს მოცემულ სექტროში |
| პირდაპირი უცხოური ინვესტიციის მიერ შექმნილი დამატებული ღირებულება, რომელიც ასევე სარგებელს მოუტანს საქართველოში უკვე არსებულ მცირე და საშუალო საწარმოებს | რამდენად არის კონკურენტუნარიანი არსებული ინფრასტრუქტურა |
| COVID პანდემიამ გაზარდა თუ შეამცირა კონკრეტულ სექტორში ინვესტიციების მოზიდვის საჭიროება 2019 წლის მაჩვენებელთან შედარებით | არის თუ არა საქართველო კონკურენტუნარიანი საოპერაციო ხარჯების მიმართულებით |
|  | ჰყავს თუ არა საქართველოს შესაბამისი ცოდნის და უნარების მქონე სამუშაო ძალა და აქვს თუ არა მხარდამჭერი სერვისები |
|  | ბარიერები, რომელმაც შეიძლება შეაფერხოს აღნიშნულ სექტორში პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების შემოდინება |
|  | IFC-ის, როგორც საინვესტიციო ფონდის, თვალსაზრისით სექტორის მიმზიდველობა თუ სად შეიძლება განახორციელოს ინვესტიცია |

სექტორების ანალიზისას შეფასდა 64-მდე ქვე-სექტორი და გამოიკვეთა ის მიმართულებები, რომლებსაც პანდემიის ზეგავლენის შემდეგ ყველაზე მაღალი მიმზიდველობა/მიზანშეწონილობის (desirability/feasibility) თანაფარდობა ჰქონდათ. კვლევის მოკლე შედეგები მოცემულია დიაგრამაზე #7

**დიაგრამა #14: სექტორების სკანირების შედეგები**

**მიმზიდველობა**

**მიზანშეწონილობა**

I კვადრატში (მარჯვენა ზედა კუთხეში) მოცემულია სექტორები, რომლებიც ხასიათდება მიმზიდველობის და მიზანშეწონილობის მაღალი მაჩვენებლებით.

ქვე-სექტორების საბოლოო ქულები, რომლებიც დატანილია დიაგრამაზე, ნაჩვენებია ცხრილში #3. შეფასებები მომზადებულია IFC-ის მეთოდოლოგიის მიხედვით. თითოეული ქვე-სექტორის მიმზიდველობის მაქსიმალური ქულა არის 15 (+-20% COVID პანდემიის გავლენა), ხოლო მიზანშეწონილობის 30 (+- 20% IFC-ის, როგორც საინვესტიციო ფონდის, თვალსაზრისით სექტორის მიმზიდველობა ). სხვაობა ქულების მაქსიმალურ ოდენობებს შორის განპირობებულია იმ გამეოებით, რომ თუ სექტორს არ აქვს შესაბამისი/მაღალი მიზანშეწონილობის მაჩვენებელი - გარემო პირობები, ქვეყნის კონკურენტუნარიანობა, მზარდი მოთხოვნა პროდუქტზე/სერვისზე და სხვა, მას ვერ ექნება მნიშვნელოვანი პერსპექტივა FDI-ის მოზიდვის კუთხით, რაოდენ მიმზიდველი არ უნდა იყოს სექტორი ქვეყნის განვითარების მიზნების გათვალისწინებით.

ცხრილი #3:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ქვე-სექტორი | მიმზიდ-ველობა | მიზანშე-წონილობა | ქვე-სექტორი | მიმზიდ-ველობა | მიზანშე-წონილობა |
| კვლევითი მომსახურება (CRO) | 14.95 | 28.8 | საბანკო საქმე | 8.55 | 22 |
| ლოჯისტიკა | 15.18 | 27.96 | მწვანილები& სანელებლები | 13.2 | 21.85 |
| თხილი | 12.65 | 27.6 | ჩაი | 6.6 | 21.85 |
| წლის ენერგია | 15.53 | 27 | საკვების გადამუშავება | 16.2 | 21.6 |
| დისტრიბუცია | 14.3 | 26.45 | ბიოლოგია/სიცოცხლის შესახებ მეცნიერებები | 14.4 | 21.6 |
| მოდა/დიზაინი | 15.23 | 25.88 | ტურიზმის სერვისი | 13.65 | 21.6 |
| ტანსაცმელი | 14.36 | 25.5 | საგანმანათლებლო სერვისები | 13.2 | 21.6 |
| ბიზნეს პროცესების აუთსორსინგი (BPO) | 13.75 | 25.5 | კრეატიული ინდუსტრიები | 12.86 | 21.26 |
| ფარმაცევტული პროდუქცია | 14.4 | 25.2 | ნავთობი და გაზი | 13 | 21 |
| მზის ენერგია | 14.3 | 25.2 | ავეჯი | 12.5 | 21 |
| სასტუმროები და ვიზიტორთა ცენტრები | 14.3 | 25.2 | ქაღალდი | 12 | 21 |
| ქარის ენერგია | 13.2 | 25.2 | სატელეფონო ცენტრები | 9.45 | 21 |
| ღვინო | 9.9 | 25.2 | IT სერვისები | 16.1 | 20.7 |
| ავტონაწილები | 14.7 | 24.2 | ბიომასა | 12.6 | 20.7 |
| თევზეული & ზღვის პროდუქტები | 12.1 | 24.15 | აგროქიმიკატები | 11.81 | 19.95 |
| საწყობები | 10.5 | 24.15 | სამრეწველო ქიმიკატები | 11.55 | 19.95 |
| ფინანსური ტექნოლოგიები (FinTech) | 11.55 | 24 | მეტალები | 11 | 19.95 |
| მებაღეობა | 13.86 | 23.58 | სამშენებლო შუშა | 9 | 19.95 |
| ტურისტული ინფრასტრუქტურა | 14.85 | 23.4 | ცემენტი | 8 | 19.95 |
| საავიაციო ნაწილები და კომპონენტები | 14 | 23.1 | საინვესტიციო ფონდები | 11 | 19.8 |
| საავიაციო MRO | 12 | 23.1 | მარცვლეული | 12 | 19.55 |
| ენერგეტიკის სფეროს დანადგარები/აღჭურვილობა | 13.65 | 23 | ელექტრონული საყოფაცხოვრებო ხელსაწყოები | 12.6 | 18.9 |
| თავის მოვლის საშუალებები | 13.2 | 23 | კონდიცირების სისტემები | 12.6 | 18.9 |
| ძაფი და ნაჭერი | 13.2 | 23 | ჰიდროპონიკა | 9.45 | 18.7 |
| ელექტრონიკის წარმოების მომსახურება (EMS) | 12.5 | 22.58 | ბოსტნეული | 10.35 | 18.4 |
| შუშის შესაფუთი მასალა | 13.65 | 22.05 | ხილი | 9.9 | 18.4 |
| სამომხმარებლო ელექტრონიკა | 12.6 | 22.05 | ელ. ავტომანქანების წარმოება | 15.4 | 18 |
| მუყაოს შესაფუთი მასალები | 12.6 | 22.05 | კვარცი, ლითიუმი | 8.55 | 18 |
| კერამიკა | 10 | 22.05 | ქვა და მარმარილო | 7 | 17.85 |
| მინერალები | 13 | 22 | პლასტმასი | 10.45 | 17.1 |
| ტყავის პროდუქცია | 12.6 | 22 | ავტომანქანების წარმოება | 12.6 | 16.5 |
| ფეხსაცმელი | 11.55 | 22 | საკომუნიკაციო მოწყობილობები | 10.5 | 14.7 |

სექტორების ანალიზისას, 2019 წელს შესწავლილი იქნა ბოლო წლებში განხორციელებული სხვადასხვა სექტორული კვლევა და ჩატარდა ორმოცამდე ინტერვიუ არსებულ ინვესტორებთან, ბიზნეს ასოციაციებთან, დონორ ორგანიზაციებთან, საგანმანათლებლო და სახელმწიფო უწყებებთან. ამასთან, დამატებითი პრიორიტეტი მიენიჭა სექტორებს, რომლებიც გამოირჩევიან ეფექტიანობაზე დაფუძნებული ინვესტიციისათვის დამახასიათებელი უპირატესობებით, კერძოდ: ექსპორტზე ორიენტირებულობა, ცოდნისა და ტექნოლოგიების შემოტანის შესაძლებლობა და სხვა. 2020 წელს სექტორების გადახედვა მოხდა COVID ეფექტის გათვალისწინებით და სხვადასხვა სექტორის მიერ მიღებული ქულები დაკორექტირდა სამომავლო პერსპექტივების გათვალისწინებით.

ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, ანალიზის შედეგად განისაზღვრა შემდეგი პრიორიტეტული სექტორები (სექტორი შეიძლება მოიცავდეს ანალიზისას განხილულ რამდენიმე ქვე-სექტორს), რომლებში მოღვაწე მულტინაციონალურ კომპანიებთანაც სააგენტო პრო-აქტიურად ეცდება დაკავშირებას:

* ბიზნეს სერვისების აუთსორსინგი და IT
* კომპიუტერების, ელექტრონული და ელექტრული მოწყობილობების ნაწილების და კომპონენტების წარმოება
* საჰაერო ხომალდების რემონტი და ტექნიკური მომსახურება (MRO)
* ფარმაცევტული პროდუქტების წარმოება
* ავტონაწილების წარმოება
* საავიაციო ნაწილების და კომპონენტების წარმოება
* ტანსაცმლის და ფეხსაცმლის წარმოება
* სასტუმროების ინდუსტრია და ტურიზმთან დაკავშირებული ინფრასტრუქტურა

დამატებით, უკვე დაინტერესებული და არსებული ინვესტორების ინვესტიციის განხორციელების პროცესში დახმარების კუთხით (facilitation and aftercare), სააგენტოსთვის პრიორიტეტული მიმართულებები იქნება ლოგისტიკა, ენერგეტიკა, სოფლის მეურნეობა და საკვების გადამუშავება. ამ სექტორებში უმეტესი რესურსი დაეთმობა დაინტერესებული პოტენციური ინვესტორების მხარდაჭერას, რომლებიც გარვეულწილად უკვე განიხილავენ საქართველოში ინვესტიციას და მომართავენ სააგენტოს.

# პრიორიტეტული სექტორების მიმოხილვა

ბიზნეს სერვისების აუთსორსინგი (BPO და IT)

ბიზნეს სერვისების აუთსორსინგის სექტორი არის გლობალურად ერთ-ერთი ყველაზე მზარდი მიმართულება. წამყვანი საერთაშორისო კომპანიები ხარჯების ოპტიმიზაციის მიზნით გარკვეული ბიზნეს-პროცესების შესასრულებლად კონტრაქტის საფუძველზე თანამშრომლობენ ბიზნეს პროცესების აუთსორსინგში სპეციალიზებულ გლობალურ კომპანიებთან, რომლებიც მათი დაკვეთით წარმართავენ აღნიშნულ ფუნქციებს სხვადასხვა გეოგრაფიულ არეალში და აწვდიან სერვისებს დამკვეთი კომპანიის კლიენტებს. სექტორი მოიცავს სხვადასხვა ე.წ. back-office (ფინანსები და ბუღალტერია, ადამიანური რესურსების მართვა, შესყიდვები, მონაცემთა დამუშავება, კვლევა და ა.შ.) და front-office (ქოლ ცენტრი, მომხმარებელთა მხარდაჭერა, ტელე-მარკეტინგი და ა.შ.) ბიზნეს-სერვისებს და ინფორმაციული ტექნოლოგიების (IT) სერვისებს.

გასული წლების განმავლობაში ბიზნეს სერვისების და ინფორმაციული ტექნოლოგიების (IT) სექტორი სტაბილურად იზრდებოდა. 2019 წელს სექტორის შემოსავლებმა 1.030 ტრილიონი აშშ დოლარი შეადგინა. პანდემიის მიუხედავად, 2020 წლის შემოსავლების პროგნოზი მნიშვნელოვნად არ ჩამორჩება გასული წლების ტრენდს. ნავარაუდევია, რომ 2024 წლისთვის სექტორის შემოსავლები მიაღწევს 1.14 ტრილიონს და საპროგნოზო ნაერთი წლიური ზრდის ტემპმი (CAGR) 2021-2024 წლებში 2.69% იქნება.

*წყარო: Statista*

წყარო: Statista

ციფრული და დისტანციური სერვისები ერთ-ერთი ის სექტორია, რომელიც ყველაზე ნაკლებად დაზარალდა პანდემიის პერიოდში მომხმარებლების მხრიდან გაზრდილი მოთხოვნის გამო, თუმცა დაწესებული შეზღუდვების გამო ახალ ბაზრებზე ინვესტიციების განხორციელების შესახებ გადაწყვეტილების მიღების პროცესი შენელდა. ბიზნეს-პროცესების აუთსორსინგის მიმართულებით, რომელიც უფრო მეტად არის შრომით ინტენსიური, კომპანიებმა გააძლიერეს თავისი ოპერაციები იმ ლოკაციებზე, სადაც უკვე ჰქონდათ ბიზნესი, აქტუალური გახდა WFH (Work-from-Home) გადაწყვეტილებების დანერგვა, რაც აუცილებელი გახდა ქვეყნებში გაუარესებული ეპიდემიოლოგიური მდგომარეობის და მთავრობების მიერ დაწესებული შეზღუდვების გამო. IT სეგმენტი პანდემიამდეც აქტიურად იყენებდა დისტანციურად მუშაობის მიდგომას და კიდევ უფრო აქტუალური გახდა დისტანციური (remote) გუნდების ფორმირება პროექტებისთვის, სადაც არ არის აუცილებელი დასაქმებულების ერთ კონკრეტულ გეოგრაფიულ არეალში კონცენტრირება პროექტებზე სამუშაოდ.

პანდემიის შედეგად სერვისების პროვაიდერებისთვის კრიტიკულად მნიშვნელოვანი გახდა, რომ არ იყოს ოპერაციები კონცენტრირებული მხოლოდ შეზღუდული რაოდენობის გეოგრაფიულ არეალებში, რადგან კრიზისის პირობებში ბიზნესის-გაგრძელების გეგმის (Business Continuity Plans) აღსრულება გართულდა, როცა მთავრობების მიერ დაწესებული შეზღუდვების და მასობრივი ჩაკეტვის (Lockdown) პირობებში ისეთ ტრადიციულ ლოკაციებზე, როგორიცაა მაგალითად ინდოეთი, სადაც კომპანიებს გაუჭირდათ თანამშრომლების დისტანციურ რეჟიმზე გადაყვანა ინტერნეტ-ინფრასტრუქტურის გაუმართაობის გამო. Everest Group-ის თანახმად, ლოკაციების შერჩევის პარამეტრებისას თუ ადრე ტრადიციული ფაქტორები, როგორიცაა ადამიანური რესურსი, ბაზრის მიმზიდველობა და კონკურენტუნარიანობა, ბიზნეს-ოპერირების ხარჯები და ზოგადი ბიზნეს-კლიმატი იყო გადამწყვეტი. ახალ რეალობაშიკრიტიკული გახდა კონკრეტული ლოკაციებზე რამდენად მიზანშეწონილია WFH (work from home) მოდელის დანერგვა საჭიროების შემთხვევაში, რისთვისაც მნიშვნელოვანია ინფრასტრუქტურა, დისტანციურად მუშაობასთან დაკავშირებული რეგულაციები, დასაქმებულთა უსაფრთხოების უზრუნველყოფა, პერსონალური ინფორმაციის დაცვასთან დაკავშირებული რეგულაციები.

კრიზისიდან მიღებულმა გამოცდილებამ აჩვენა, რომ კომპანიები, რომლებსაც მეტ გეოგრაფიულ არეალებში ჰქონდათ სერვისების მიწოდების ცენტრები (delivery sites), უფრო მარტივად ადაპტირდნენ. Deloitte UK-ის მიერ გამოცემული ანგარიშის „COVID-19: A wake up call for the BPO industry“ მიხედვით თუ რა ცვლილებები შევა მათ სერვისების მიწოდების ქსელში პანდემიის პერიოდის გამოცდილების შედეგად, გამოკითხული აღმასრულებელი რგოლის მენეჯერების 55%-ს ვარაუდობს სერვისების მიწოდების ცენტრების (delivery center) გაზრდას.

სერვისების სექტორში ინვესტიციის შესახებ გადაწყვეტილების მიღების მნიშვნელოვანი განმსაზღვრელი ფაქტორია სამუშაო ძალა და მისი მახასიათებლები. აუთსორსინგის სექტორის განვითარება 80-იან წლებში დაიწყო ამერიკის შეერთებული შტატებიდან და გავრცელდა დასავლეთ ევროპის ქვეყნებში. თუმცა, დასავლეთ ევროპაში ხელფასების გაზრდის პარალელურად 2000-იან წლებში აუთსორსინგის სექტორის დიდმა ნაწილმა გადაინაცვლა აზიაში, ევროკავშირის წევრ ცენტრალური და აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნებში, რომლებიც იმ დროისთვის 25-50%-ით დაბალ ხელფასებს სთავაზობდნენ პოტენციურ ინვესტორებს. მაღალი შემოსავლის მქონე ქვეყნებში, როგორებიცაა დიდი ბრიტანეთი, ირლანდია, ბელგია, ნიდერლანდების სამეფო, ესპანეთი და პორტუგალია, დარჩა აუთსორსინგის ის ნაწილი, რომელიც სამუშაო ძალის მაღალ კვალიფიკაციას მოითხოვს და ცოდნაზეა დაფუძნებული, მაგალითად კვლევა და განვითარების (R&D) აუთსორსინგი, დიზაინი და ა.შ. ცენტრალური და აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნები დღემდე რჩებიან აუთსორსინგის სფეროს ერთ-ერთ მნიშვნელოვან მოთამაშეებად კულტურული სიახლოვის, სასაათო სარტყელის, გამართული ინფრასტრუქტურის და ევროპული ენების ცოდნიდან გამომდინარე. თუმცა, აღნიშნულ ქვეყნებში სამუშაო ძალის ღირებულების გაზრდის გამო, აუთსორსინგის სფეროში მოღვაწე საერთაშორისო კომპანიებმა 5-7 წლის წინ კვლავ დაიწყეს ახალი პოტენციური საინვესტიციო ქვეყნების მოძიება. პარალელურად, იაფი და კვალიფიციური სამუშაო ძალის გამო ინდოეთი კვლავაც რჩება IT აუთსორსინგის მიმართულებით მსოფლიო ლიდერი. ასევე, სექტორი საკმაოდ განვითარებულია ჩინეთში, ფილიპინებში, მალაიზიაში, ვიეტნამსა და სხვა აზიურ ქვეყნებში.

ექსპორტზე ორიენტირებული სერვისების სექტორის განვითარება და აღნიშნულ სექტორში პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოზიდვა საქართველოსთვის მნიშვნელოვანია, რადგან აღნიშნულ სექტორში არსებული პროექტები არის შრომით-ინტენსიური და ქვეყანაში ქმნიან მაღალანაზღაურებად სამუშაო ადგილებს, რაც ხშირ შემთხვევაში ბევრად აღემატება ქვეყანაში არსებულ საშუალო ნომინალურ ხელფასს, არის ცოდნაზე დაფუძნებული, ექსპორტზე ორიენტირებული და ქვეყანაში ტოვებს მაღალ დამატებით ღირებულებას.

აღსანიშნავია, რომ ცენტრალურ და აღმოსავლეთ ევროპის ქალაქებში, რომლებიც ბიზნეს სერვისების აუთსორსინგის ჰაბებად პოზიციონირდა, კომპანიები ვეღარ ფართოვდებიან სამუშაო ძალის ნაკლებობის გამო. საქართველოს შეუძლია საიმედო პარტნიორი და სერვისების აუთსორსინგის ახალი ჰაბი გახდეს სტრატეგიული მდებარეობის, სასაათო სარტყელის (GMT+4), ძირითად ბაზრებთან კულტურული მსგავსების და სამუშაო ძალის ხელმისაწვდომობის გამო.

საქართველოს ჰყავს ეკონომიკის, ბიზნესის, სოციალურ მეცნიერებათა და ბიზნეს სერვისების აუთსორსინგის ინდუსტრიაში საჭირო მონათესავე ფაკულტეტების შედარებით დიდი ოდენობის სტუდენტი და კურსდამთავრებული (ბოლო წლების განმავლობაში დაახლოებით 20,000 კურსდამთავრებული ყოველწლიურად), რომელთა მნიშვნელოვან ნაწილსაც სამუშაო ძალის ადგილობრივი ბაზარი ვერ ითვისებს. ამასთან, სექტორში უმეტესად საქმდებიან ახალგაზრდები, რომელთა მაღალანაზღაურებად სამუშაო ადგილებზე დასაქმება კვლავ რჩება გამოწვევად. შესაბამისად, პოტენციური ინვესტორი კომპანიების მოთხოვნა და საქართველოში კადრების მიწოდება თანხვედრაშია ერთმანეთთან. ასევე, საქართველოს მნიშვნელოვანი კონკურენტული უპირატესობაა სექტორში არსებული საშუალო ხელფასი, რაც საქართველოში 500 აშშ დოლარის ექვივალენტს შეადგენს და სხვა ქვეყნებთან შედარებით დაბალი მაჩვენებელია. ასევე, საქართველო საკმაოდ კონკურენტულია კომუნალური ხარჯებით და ინტერნეტის ხელმისაწვდომობით - კომუნალური გადასახადები 1 კვ.მ-ზე შეადგენს 2.3 აშშ დოლარს.

წყარო: BPO and SSC Investment Potential Research, Deloitte & Touche

გარდა ამისა, სექტორისთვის მნიშვნელოვანია ენების ცოდნა და კომპიუტერული უნარ-ჩვევები. ამ დროისთვის საქართველოში ფუნქციონირებს 62 უმაღლესი სასწავლო დაწესებულება, 66 პროფესიული საგანმანათლებო და 150-ზე მეტი ენის შემსწავლელი ცენტრი. ახალგაზრდა მოსახლეობის მნიშვნელოვანი ნაწილი ფლობს ინგლისურ და რუსულ ენებს, ხოლო გერმანული არის მე-3 ყველაზე გავრცელებული ენა, რაც შესაძლებლობას იძლევა მივაწოდოთ სერვისი საერთაშორისო ბაზრებს.

*\* შენიშვნა: დიაგრამა აჩვენებს მოსახლეობის პროცენტულ რაოდენობას, რომლებმაც განაცხადეს, რომ ფლობენ უცხო ენას. გამოკითხულთა დაახლოებით ერთი მესამედი დათანხმდა საკუთარი უნარების გადამოწმებას ტესტირების გზით, რის შემდეგაც 90%-ზე მეტმა რესპონდენტმა წარმატებით ჩააბარა ტესტი*

*წყარო: BPO and SSC Investment Potential Research, Deloitte & Touche*

Deloitte & Touche-ის მიერ განხორციელებული კვლევის თანახმად საქართველოს 5 დიდ ქალაქში (თბილისი, ქუთაისი, ბათუმი, ზუგდიდი, თელავი) უცხო ენის მცოდნე პოტენციური სამუშაო ძალა 574 ათასს უტოლდება. ასევე, 2009-2018 წლების მანძილზე ეროვნულ გამოცდებზე 340 ათასმა ახალგაზრდამ ჩააბარა უცხო ენის გამოცდა. უნივერსიტეტების უმეტესობაში ინგლისური ენა ისწავლება, თუმცა ყოველწლიურად სტუდენტების 10-15% ირჩევს გერმანულ ან სხვა ევროპულ ენას მეორე უცხო ენად.

მნიშვნელოვანია, რომ საქართველოში უკვე შემოსულია რამდენიმე დიდი საერთაშორისო კომპანია და ამჟამად, საქართველოდან 10-მდე ენაზე ხდება დისტანციურად სერვისების მიწოდება ცნობილი და მსხვილი საერთაშორისო კომპანიებისთვის. ეს სერვისები მოიცავს სატელეფონო დახმარებას, ონლაინ კომუნიკაციას, IT სერვისებს, არქიტექტურულ და საინჟინრო ნახაზების აუთსორსინგს და სხვა.

სერვისების აუთსორსინგის მიმართულებით აწარმოე საქართველოში ინვესტიციების მოზიდვის მიმართულება ფოკუსირებულია 5 ქვე-სექტორზე: მომხმარებლებთან ურთიერთობა (CRM), ფინანსური სერვისების აუთსორსინგი, HR აუთსორსინგი, აპლიკაციების დამზადება, დიზაინი, არქიტექტურა და საინჟინრო სერვისები.

საქართველოს კონკურენტული უპირატესობები, რომლის დახმარებითაც შესაძლებელია საერთაშორისო ბიზნეს და IT სერვისების პროვაიდერი კომპანიების მოზიდვა, მოიცავს შემდეგს:

* გეოგრაფიული ადგილმდებარეობა და დროითი სარტყელი (GMT+4)
* ახალგაზრდა სამუშაო ძალა უცხო ენების და კომპიუტერული უნარ-ჩვევების სათანადო ცოდნის დონით; პოტენციური სამუშაო ძალის ტრენინგის თანადაფინანსება
* კონკურენტული ბიზნეს-საოპერაციო და ქვეყანაში ცხოვრებასთან დაკავშირებული ხარჯები: ხელფასები, კომუნალური გადასახადები, საოფისე ქირის გადასახადი, დაბალი სამომხმარებლო და საცხოვრებელი ხარჯები პროფესიონალი კადრების უცხოეთიდან რელოკაციისთვის
* სახელმწიფოს მიერ შეთავაზებული ხელშეწყობის მექანიზმები, როგორიცაა საგადასახადო შეღავათები IT სერვისების ექსპორტისას (“ვირტუალური ზონის კომპანიის“ სტატუსი)
* სწრაფი და მაღალი ხარისხის ინტერნეტი, ელექტროენერგიის უწყვეტი მიწოდება, რაც საშუალებას მიცემს პროვაიდერებს იმუშავონ როგორც ტრადიციული მოდელით-წარმართონ ოპერაციები ოფისიდან, ასევე დანერგონ შერეული (hybrid) და დისტანციურად მუშაობის WFH (Work-from-Home) მოდელები, რაც აქტუალური გახდა კორონავირუსისგან გამოწვეული პანდემიის გამო დაწესებული შეზღუდვების პირობებში

ბიზნეს სერვისების აუთსორსინგის (BPO და IT) სექტორში ინვესტიციების მოსაზიდად შემუშავებული მიდგომა

გლობალური ტენდენციების, საქართველოში სექტორში არსებული წარმატებული მაგალითების და ქვეყნის კონკურენტული უპირატესობებიდან გამომდინარე აღნიშნული მიმართულება იქნა შერჩეული, როგორც ერთ-ერთი პრიორიტეტი პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოსაზიდად. კორონავირუსის პანდემიის გამო სექტორში შექმნილი გამოწვევების და ახალი შესაძლებლობების გათვალისწინებით 2020 წელს მოხდა საქართველოს საინვესტიციო შეთავაზების განახლება და ინვესტორების წასახალისებლად შემუშავებული ახალი მექანიზმი “FDI გრანტი“ ერთ-ერთ მნიშვნელოვან მიმართულებად მოიცავს ბიზნეს-პროცესების აუთსორსინგს. 750 000 ლარამდე მოცულობის გრანტი, რასაც ინვესტორები საქართველოში მინიმუმ 200 ადამიანის დასაქმების და 5 მილიონი ლარის ინვესტიციის შემთხვევაში მიიღებენ, გამიზნულია სამუშაო ძალის გადამზადებასა და/ან ინფრასტრუქტურის მოწყობაზე.

სექტორში ახალი Greenfield FDI პროექტების უმრავლესობა ითვალისწინებს 200–დან 1000-მდე ადამიანის დასაქმებას და მსგავსი ტიპის პროექტების მოსაზიდად ინვესტორი დარწმუნებული უნდა იყოს, რომ ქვეყანა შეძლებს შესაბამისი მოცულობის კადრების მიწოდებას.

საწყის ეტაპზე სააგენტოს „აწარმოე საქართველოში“ პრიორიტეტს წარმოადგენს სერვისების აუთსორსინგის სფეროში მოღვაწე ახალი საერთაშორისო კომპანიების საქართველოთი დაინტერესება და შედარებით მარტივი პროცესების აუთსორსინგის დაწყება, რომლებისთვისაც შესაძლებელია მობილიზებული იყოს დიდი რაოდენობით კვალიფიციური კადრები მოკლევადიან პერიოდში, მაგალითად: უცხოენოვან მომხმარებლებთან ურთიერთობის სერვისები, როგორიცაა უცხოენოვანი ქოლ-ცენტრი და ტექნიკური მხარდაჭერის სერვისი.

შემდგომი ეტაპი იქნება საერთაშორისო კომპანიების დაინტერესება უფრო რთული (advanced) ბიზნეს & IT პროცესების საქართველოში აუთსორსინგით, რაც თანმიმდევრულად მიჰყვება სერვისების განვითარებას, როგორც ეს მოხდა აღმოსავლეთ ევროპის კონკურენტი ქვეყნების შემთხვევაში (პოლონეთი, რუმინეთი, ბულგარეთი, სერბეთი).

სექტორის მოთამაშეების დაინტერესება მოხდება საერთაშორისო აქტივობებით (პრეზენტაცია, ბიზნეს ვიზიტი და სხვა), საერთაშორისო პლატფორმაზე ინფორმაციის გავრცელებით და კერძო სექტორთან მჭიდრო მუშაობის გზით.

ასევე, დაგეგმილია თანამშრომლობა ორგანიზაციებთან, რომლებიც აქვეყნებენ სერვისის აუთსორსინგის სფეროს საერთაშორისო რეიტინგებს და აქტიური მუშაობა სექტორულ რეიტინგებში საქართველოს პოზიციების გაუმჯობესების კუთხით.

სექტორის ზრდის ტემპის გათვალისწინებით აქტიური თანამშრომლობა არის საჭირო უნივერსიტეტებთან, პროფესიულ საგანმანათლებო დაწესებულებებთან და ენის შემსწავლელ ცენტრებთან, რათა მუდმივ რეჟიმში მოხდეს პოტენციური სამუშაო ძალის მომზადება-გადამზადება.

აწარმოე საქართველოში IT მიმართულებაზე მუშაობს ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების სააგენტოსთან ერთად, რომელიც სხვა აქტივობებთან ერთად მნიშვნელოვან როლს თამაშობს სამუშაო ძალის გადამზადების კუთხით. აღსანიშნავია, რომ 2020-2021 წლების განმავლობაში იგეგმება საქართველოს მასშტაბით 3000 ადამიანის გადამზადება. ძირითადი მიმართულებებია: პროგრამირება, კიბერუსაფრთხოება, მობილური აპლიკაციების შემუშავება. 2020 წლის დეკემბერში დასრულდა აპლიკანტების განაცხადების მიღება და შედეგად პირველი ნაკადი-500 სპეციალისტის გადამზადება მოხდება.

IT მიმართულებით საქართველოსადმი მზარდი ინტერესი განაპირობა 2020 წელს ძალაში შესულმა ახალმა საგადასახადო შეღავათმა „საერთაშორისო კომპანიის“ სტატუსი, რაც გულისმობს იმას, რომ IT კომპანიები, რომლებიც საქართველოდან მიაწვდიან სერვისებს კლიენტებს საზღვარგარეთის ქვეყნებში, ისარგებლებენ მოგების და საშემოსავლო გადასახადების 5%-იანი შეღავათიანი განაკვეთით. შეღავათი მეტ მოტივაციას მისცემს უცხოელ ინვესტორებს დააფუძნონ საქართველოში წარმომადგენლობა და აიყვანონ მუდმივი თანამშრომლები, როგორც ადგილობრივი შრომის ბაზრიდან, ასევე ჩამოიყვნანონ პროფესიონალი კადრები უცხოეთიდან და დაასაქმონ საქართველოში, რაც ხელს შეუწყობს ცოდნის და ტექნოლოგიების ტრანსფერს და IT მიმართულებით შრომის ბაზარს უფრო კონკურენტუნარიანს გახდის. აღნიშნული ინიციატივის შედეგად, ორმა გლობალურმა IT კომპანიამ-Epam Systems და Exadel უკვე მიიღო გადაწყვეტილება საქართველოში ბიზნესის გაფართოებასთან დაკავშირებით და ინტერესი კიდევ უფრო მზარდია.

წარმოება

მსოფლიო იმყოფება მეოთხე ინდუსტრიული რევოლუციის ეტაპზე, როდესაც მოწინავე ტექნოლოგიები და რობოტიზაციის განვითარება იძლევა შესაძლებლობას წარმოება განხორციელდეს უფრო სწრაფად და ნაკლები დანახარჯებით, ვიდრე ოდესმე. ახალი ინდუსტრიული რევოლუცია გვთავაზობს ეკონომიკური ზრდისა და მდგრადი განვითარებისათვის წარმოუდგენელ მასშტაბს ინდუსტრიის მოდერნიზაციის და ეკონომიკური ნახტომის საშუალებით. ამასთან, ტრანსპორტირების და კომუნიკაციის იაფი და ეფექტური საშუალებები ხელს უწყობს ქვეყნებს უკეთ დაუკავშირდნენ გლობალურ ღირებულებათა ჯაჭვს.

რამდენიმე ათწლეულის განმავლობაში არსებული აზრთა სხვადასხვაობის შემდეგ, ინდუსტრიული პოლიტიკა კვლავაც გახდა პოპულარული ბოლო 10 წლის განმავლობაში, ვინაიდან ძალიან ცოტა ქვეყანამ შეძლო წარმატებული ეკონომიკური ზრდის მიღწევა ექსპორტზე ორიენტირებული წარმოების განვითარების და შესაბამისი ინდუსტრიული პოლიტიკის გარეშე. პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოზიდვა და მულტინაციონალური კორპორაციების აქტივობები გახდნენ თანამედროვე ინდუსტრიული პოლიტიკის განუყოფელი ნაწილები.

თუმცა, წარმოების სფეროში ავტომატიზაციის განვითარებასთან ერთად სულ უფრო ნაკლებად მნიშვნელოვანი ხდება სამუშაო ძალის სიიაფიდან გამომდინარე ბიზნეს პროცესის ერთი ქვეყნიდან მეორეში გადატანა. წინა პლანზე წამოიწია შესაბამისი განათლებისა დაკვალიფიკაციის უნარების მქონე სამუშაო ძალის არსებობამ, რომელსაც შეუძლია ავტომატიზირებულ საწარმოში თანამედროვე დანადგარებზე მუშაობა. აღნიშნულმა ტენდენციამ მნიშვნელოვანი გამოწვევების წინაშე დააყენა განვითარებადი ქვეყნები, რომელთა საინვესტიციო შეთავაზების უმეტესი ნაწილი იაფ სამუშაო ძალას ემყარებოდა. ამასთან, გამძაფრდა კონკურენცია განვითარებულ და განვითარებად ქვეყნებს შორის, რადგან კომპანიების ნაწილმა წარმოების პროცესის თავის ქვეყნებში დაბრუნება დაიწყო (ე.წ. reshoring).

შესაბამისად, მცირე ბაზრის მქონე განვითარებადი ქვეყნები განიცდიან დამატებით ზეწოლას, რადგანაც მულტინაციონალური კომპანიები ეძებენ საუკეთესო საინვესტიციო ქვეყნებს და პირობებს, რისი საშუალებითაც სწრაფად და მოქნილად მოახდენენ მაღალი ხარისხის პროდუქციის წარმოებას და მომხმარებლებამდე მიწოდებას.

ამავე დროს, საცხოვრებელი პირობების გაუმჯობესება მოითხოვს სამუშაო ადგილების შექმნას, რაც თავის მხრივ მნიშვნელოვნად ეყრდნობა წარმოების განვითარებას ქვეყანაში. ამიტომ, პირდაპირი უცხოური ინვესტიციებისკენ მიმართული საინვესტიციო პოლიტიკა არის თანამედროვე ინდუსტრიული პოლიტიკის ერთ-ერთი მთავარი მიმართულება. გაეროს ვაჭრობისა და განვითარების კონფერენციის (UNCTAD) ანგარიშის თანახმად, საინვესტიციო ინიციატივების და სპეციალური ეკონომიკური ზონების გარდა ინვესტიციების მოზიდვის გეგმა სასურველია მოიცავდეს ინდუსტრიული პოლიტიკის შესაბამისი პრიორიტეტული ქვე-სექტორების წახალისების და ფრომოუშენის გეგმას ქვეყანაში ტექნოლოგიების გაუმჯობესების მიზნით.

წარმოების სექტორში პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების შემოდინება სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანია განვითარებადი ქვეყნების ინდუსტრიული განვითარებისათვის. შესაბამისად, საქართველომ აქცენტი უნდა გააკეთოს ქვეყანაში წარმოების განვითარებაზე და სამუშაო გასწიოს წარმოების სექტორში ინვესტიციების მოზიდვის მიმართულებით.

2019 წელს წარმოების სექტორში გლობალურად განხორციელებულმა ე.წ. greenfield ინვესტიციების მოცულობამ მთლიანი ე.წ. greenfield ინვესტიციების მოცულობის 47.5% შეადგინა, ხოლო პროექტების რაოდენობის მიხედვით - 44.8%.

მსოფლიოში წარმოების სექტორში greenfield FDI-ის მიმართულებით ბოლო წლების განმავლობაში ყველაზე დიდი რაოდენობის პროექტები განხორციელდა შემდეგ 3 ქვე-სექტორში: ელექტრო მოწყობილობები, ავტომობილები და სხვა სატრანსპორტო საშუალებების აღჭურვილობა, ტექსტილი, ტანსაცმელი და ტყავის ნაწარმი.

როგორც დიაგრამა #18 აჩვენებს, ქვე-სექტორები განხორციელებული პროექტების რაოდენობის მიხედვით შემდეგი პროცენტული მაჩვენებლებით არიან წარმოდგენილები: ელექტრონული და ელექტრო მოწყობილობები - 15 %, ავტომობილებისა და სხვა სატრანსპორტო საშუალებების აღჭურვილობა - 12%, ტექსტილი, ტანისამოსი და ტყავის ნაწარმი - 19%.

*წყარო: გაეროს ვაჭრობისა და განვითარების კონფერენცია (UNCTAD)*

2019 წლის მონაცემებით წარმოების სექტორში ე.წ. greenfield ინვესტიციები მოცულობის მიხედვით განაწილებული არის შემდეგნაირად: ელექტრონულ და ელექტრო მოწყობილობებს უკავია წარმოების სექტორში განხორციელებული ე.წ. greenfield ინვესტიციების მთლიანი მოცულობის 13%, ავტომობილებისა და სხვა სატრანსპორტო საშუალებების აღჭურვილობას - 15%, ტექსტილს, ტანისამოსის და ტყავის ნაწარმს კი - 6%.

*წყარო: გაეროს ვაჭრობისა და განვითარების კონფერენცია (UNCTAD)*

აღნიშნულ სექტორებს ე.წ. greenfield ინვესტიციების მოცულობის მიხედვით წინ უსწრებს მხოლოდ ნავთობპროდუქტების წარმოება, თუმცა ეს ქვე-სექტორი დამოკიდებულია ნავთობზე და ვინაიდან აღნიშნული რესურსი საქართველოს არ გააჩნია, ვერ მოხდება მისი იდენტიფიცირება სამიზნე ქვე-სექტორად. ასევე, ტოპ ხუთეულში შედის ქიმიური ნაწარმი, რომლის პროდუქტების უმეტესობაც ასევე ქვეყანაში ნავთობისა და ნავთობქიმიკატების ხელმისაწვდომობაზეა დამოკიდებული, თუმცა საინვესტიციოდ პრიორიტეტული დარგების შერჩევისას რამდენიმე პროდუქტის განხილვა, მაგალითად როგორებიცაა სარეცხი და/ან კოსმეტიკური საშუალებები, მაინც შეიძლება.

რაც შეეხება 2020 წელს, პანდემიით გამოწვეულმა ეკონომიკურმა კრიზისმა სხვა სექტორების მსგავსად გავლენა იქონია წარმოების სექტორზეც და მიმდინარე წელს მსოფლიო წარმოება 8.7 პროცენტით შემცირდა (წყარო: გაეროს ინდუსტრიული განვითარების ორგანიზაცია). 2020 წლის პირველ ნახევარში მნიშვნელოვანი შემცირების შემდეგ, მსოფლიო წარმოების მაჩვენებლები შედარებით გაუმჯობესდა 2020 წლის III კვარტალში. თუმცა 2020 წლის პირველი 11 თვის მონაცემების მიხედვით, წარმოების სექტორში ე.წ. greenfield საინვესტიციო პროექტების რაოდენობა 2019 წლის მაჩვენებლთან შედარებით 44 პროცენტით შემცირდა, ტრანზიციულ ეკონომიკებში კი, რომელსაც საქართველოც მიეკუთვნება, ზოგადად greenfield საინვესტიციო პროექტები 60 %-ით შემცირდა (წყარო: UNCTAD).

2020 წლის დასაწყისში მიწოდების ჯაჭვში არსებული პრობლემებიდან გამომდინარე შეიქმნა მოლოდინი, რომ დიდი რაოდენობის საწარმოები აზიის ქვეყნებიდან (განსაკუთრებით ჩინეთი) გადაინაცვლებდა დასავლეთისკენ. წლის მეორე ნახევარში არსებული ტენდენციები აჩვენებს, რომ გლობალურ ღირებულებათა ჯაჭვში არ იქნება რადიკალური ცვლილებები. ჩინეთი არის ქვეყანა, რომელსაც აქვს მზარდი ბაზარი, დიდი რაოდენობის კვალიფიციური სამუშაო ძალა, ბუნებრივი რესურსები და აწყობილი საწარმოო ჯაჭვი, შესაბამისად იგი კვლავ დარჩება ინვესტიციების მნშვნელოვანი მოცულობის მიმღებ ქვეყნად. შესაძლოა აჩქარდეს პანდემიამდე არსებული ტენდენციები, როგორიცაა ჩინეთიდან წარმოების პროცესის ნაწილის სამხრეთ-აღმოსავლეთის ქვეყნებში გადატანა და ე.წ. უფრო მცირე ნაწილის ევროპაში და/ან ევროპასთან გეოგრაფიულად ახლოს მყოფ ქვეყნებთან გადატანა (ე.წ. nearshoring). თუმცა, პოსტ-პანდემიურ პერიოდში მნიშვნელოვანი იქნება დივერსიფიკაციის სტრატეგია, რომლის ფარგლებში მრავალი კომპანია ეცდება არ იყოს დამოკიდებული ერთ ქვეყანაზე/მომწოდებელზე და ქონდეს საწარმოები და/ან მომწოდებლები რამდენიმე გეოგრაფიულად განცალკევებულ ქვეყანაში. ამასთან, წარმოების გაფართოება მოსალოდნელია ისეთ ქვეყნებში/რეგიონებში, სადაც არის მზარდი ბაზარი და პოსტ-პანდემიურ პერიოდში ეკონომიკის შედარებით სწრაფი ზრდაა მოსალოდნელი.

ამასთან, აღსანიშნავია, რომ გარკვეულ დარგებში, მათ შორის, კომპიუტერების, ელექტრონული და ოპტიკური პროდუქტების, ელექტრო მოწყობილობებისა და ფარმაცევტული პროდუქტების ქვე-სექტორებში, პანდემიის მიუხედავად ადგილი ჰქონდა წარმოების ზრდას გასული წლის ანალოგიურ პერიოდთან შედარებით.

*წყარო: გაეროს ინდუსტრიული განვითარების ორგანიზაცია (UNIDO)*

ინტენსიური გლობალური ღირებულებათა ჯაჭვის (GVC) მქონე ქვე-სექტორები, როგორიცაა საავტომობილო ინდუსტრია და ტექსტილი, განსაკუთრებით დაზარალდა პანდემიის ადრეულ ეტაპზევე, ვინაიდან აღნიშნული ინდუსტრიები არიან განსაკუთრებით მოწყვლადები როგორ მიწოდების, ისე მოთხოვნის პრობლემების მიმართ. შესაბამისად, მათ მიერ მიღებული მოგება წარმოადგენს თავდაპირველი პროგნოზების მხოლოდ ნახევარს (წყარო: UNCTAD). როგორც დიაგრამა 18 და 19 გვიჩვენებს, ისეთ ქვე-სექტორებში, როგორიცაა მანქანა-დანადგარები, ავტონაწილები, ტექსტილი და ტანსაცმელი, კრიზისის შედეგად შემცირებული მოთხოვნის ფონზე წარმოება 2020 წლის პირველ კვარტლებში მკვეთრად შემცირდა, თუმცა მესამე კვარტალში მეორე კვარტალთან შედარებით ზრდა დაფიქსირდა.

*წყარო: გაეროს ინდუსტრიული განვითარების ორგანიზაცია (UNIDO)*

ვინაიდან კომპიუტერები, ელექტრონული და ელექტრო მოწყობილობები, ავტონაწილები, ტანსაცმლისა და ფეხსაცმლის წარმოების სექტორები არის პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების დიდი მოცულობის მიმღები და ამავედროულად პანდემიის შედეგების ფონზე განიცდიან აღდგენას, აღნიშნული სექტორები ძალიან მნიშვნელოვანია საქართველოს პრიორიტეტების განხილვისას/შერჩევისას.

ასევე, აღსანიშნავია ფარმაცევტული სექტორი, რომელმაც ბოლო ორი ათწლეულის განმავლობაში მნიშვნელოვანი ზრდა განიცადა და კიდევ უფრო დიდი მნიშვნელობა მიენიჭა მას კოვიდ-19 პანდემიიდან გამომდინარე. გლობალურ ფარმაცევტული სექტორში FDI პროექტების რაოდენობა სტაბილურად იზრდებოდა ბოლო 5 წლის განმავლობაში, 2015-2019 წლებში. 2015 წელს დაფიქსირდა 234 ფარმაცევტული პროექტი, რომელთა რიცხვი 2019 წლისთვის  313-მდე გაიზარდა, რაც ყველაზე მაღალი მაჩვენებელია 2003 წლიდან. ამ პერიოდში ასევე გაიზარდა კაპიტალური ინვესტიციები და შექმნილი სამუშაო ადგილების რაოდენობა, შესაბამისად, 9%-ით და 36.8%-ით.

გარდა ამისა, მნიშვნელოვანია, რომ აღნიშნული სექტორები ხასიათდება ინტერნაციონალიზაციის მაღალი დონით, რაც გულისხმობს ესპორტის წილს მთლიან გამოშვებაში. უფრო მეტად ხდება იმ პროდუქტების ერთი ქვეყნიდან მეორეში საექსპორტოდ გატანა და/ან შორ მანძილზე ტრანსპორტირება, რომელთა სექტორის მაჩვენებელიც მაღალია. შესაბამისად ამ სექტორებში მოღვაწე კომპანიები უფრო მზად არიან საწარმო გახსნან პატარა ბაზრის მქონე ქვეყანაში, თუ ამ ქვეყნიდან საექსპორტო ბაზრებზე წვდომა ექნებათ, ვიდრე დაბალი მაჩვენებლის მქონე სექტორების კომპანიები, რომლებიც ხშირად ადგილობრივ ბაზარზე არიან ორიენტირებული და მსხვილი ადგილობრივი ბაზრის მიხედვით არჩევენ საინვესტიციო ქვეყნებს.

*წყარო: გაეროს ვაჭრობისა და განვითარების კონფერენცია (UNCTAD) Eora26-ის მონაცემებზე დაყრდნობით*

**კომპიუტერების, ელექტრონული და ელექტრული მოწყობილობების ნაწილების და კომპონენტების წარმოება**

კომპიუტერების, ელექტრონული და ელექტრული მოწყობილობების წარმოების სექტორი არის მრავალფეროვანი და მსხვილი ინდუსტრია, რომელიც მოიცავს კომპიუტერებს, საკომუნიკაციო მოწყობილობებს, ელექტროსადენებს, გაზომვის და ტესტირების ხელსაწყოებს, ოპტიკურ ინსტრუმენტებს, სამედიცინო დანადგარებს, სამომხმარებლო ელექტრონიკას, საყოფაცხოვრებო ხელსაწყოებს და ა.შ. სექტორში არსებული მწარმოებელი კომპანიები შეიძლება დაიყოს ნაწილების/კომპონენტების და საბოლოო პროდუქციის მწარმოებლებად (ბრენდის მფლობელები, რომლებიც ქმნიან კონცეფციას, დიზაინს და აწყობენ საბოლოო პროდუქტს).

სექტორის ზრდის მთავარი მამოძრავებელი ფაქტორი არის ტექნიკის/მოწყობილობების გამოცვლის სიხშირე და მოთხოვნის ზრდა გარკვეული ტიპის პროდუქტზე, როგორიცაა: სმარტფონები, ხელოვნური ინტელექტი, სამომხმარებლო ტექნიკა და ა.შ. ინდუსტრიის სწრაფი ზრდა ასევე დაკავშირებულია განვითარებადი ქვეყნების ბაზარზე მოთხოვნის ზრდასთან.

ჩინეთი დიდი ხანია წარმოადგენს ელექტრონიკის მნიშვნელოვან მწარმოებელს და ახლა უკვე წარმოადგენს მთავარ ბაზარს სამომხმარებლო და ინდუსტრიული ელექტრონიკისათის. სავარაუდოა, რომ მომავალი რამდენიმე ათწლეულის განმავლობაში აზიის წილი გლობალური ელექტრონული და ელექტრო მოწყობილობების სექტორში იქნება დაახლოებით 50%. ეს ზრდა ნიშნავს ინდუსტრიის მომგებიანობის კიდევ უფრო გაზრდას მომავალში. ზრდის განმაპირობებელი ფაქტორია ასევე ელექტრონიკის სექტორის დამხმარე როლი სხვა ინდუსტრიებისთვის აღჭურვილობისა და კომპონენტების მომარაგებაში, ვინაიდან მომხმარებლები მეტ მანქანას, ენერგოეფექტურ სახლებს და სამედიცინო ტექნოლოგიებს იყენებენ.

ელექტრონიკის ყველაზე მომგებიანი სექტორია ნახევარგამტარების ინდუსტრია, რომელლის მოცულობამაც 2019 წელს ზრდის შედეგად , 412 მილიარდი აშშ დოლარი შეადგინა. ნახევარგამტარები გამოიყენება უმეტეს ელექტრონულ პროდუქტებში, მათ შორის არიან კამერები, კომპიუტერები, ავტომობილები, მობილური ტელეფონები, მაცივრები, სარეცხი მანქანები და ტელევიზორები.

წარმოების სხვა ქვე-სექტორებთან შედარებით, კომპიუტერების, ელექტრონული და ელექტრული მოწყობილობების სექტორში პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების რაოდენობის და შექმნილი ახალი სამუშაო ადგილების დინამიკა ბოლო ათწლეულების განმავლობაში უკეთესი მაჩვენებლებით ხასიათდებოდა. ცხრილი #8 აჩვენებს კომპიუტერების, ელექტრონული და ელექტრული მოწყობილობების სექტორის რამდენიმე მსხვილ ქვე-სექტორში გლობალურად განხორციელებულ პირდაპირ უცხოურ ინვესტიციებს და ამ ინვესტიციების მახასიათებლებს 2003-2019 წლებში.

საერთაშორისო კომპანია „FDI Markets“ ბაზაზე დაყრდნობით, 2003-2019 წლის განმავლობაში ყველაზე მეტი პირდაპირი უცხოური ინვესტიცია განხორციელდა ელექტრონული კომპონენტების და ნაწილების, ნახევარგამტარების და საკომუნიკაციო მოწყობილობების წარმოების მიმართულებით. საშუალოდ ყველაზე მეტი სამუშაო ადგილი შეიქმნა სამომხმარებლო ელექტრონიკის წარმოების საინვესტიციო პროექტებში, ხოლო საშუალოდ ერთ პროექტზე ყველაზე მსხვილი ინვესტიცია განხორციელდა ნახევარგამტარების მიმართულებით.

ცხრილი #4

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| სექტორი | პროექტების რაოდენობა | კაპიტალური ინვესტიციის მოცულობა (მლნ აშშ დოლარი) | ინვესტიცია საშუალოდ ერთ პროექტში (მლნ აშშ დოლარი) | შექმნილი სამუშაო ადგილები | სამუშაო ადგილები საშუალოდ ერთ პროექტზე  | კომპანიების რაოდენობა |
| ელექტრონული კომპონენტები და ნაწილები | 6,712 | 321,798.9 | 47.9 | 1,601,439 | 238 | 3,318 |
| სამომხმარებლო ელექტრონიკა | 2,352 | 71,468.1 | 30.4 | 604,858 | 257 | 944 |
| ნახევარგამტარები | 2,104 | 278,537.4 | 132.4 | 500,855 | 238 | 838 |
| საკომუნიკაციო მოწყობილობები | 3,059 | 100,639 | 32.9 | 629,934 | 205 | 1,210 |
| სამედიცინო მოწყობილობები | 2,476 | 45,862 | 18.5 | 225,241 | 90 | 1,302 |
| ჯამი | 16,703 | 818,305.4 |  | 3,562,327 |  | 7,612 |

*წყარო: FDI Market*

ბოლო ათწლეულის განმავლობაში განხორციელებული პროექტების რაოდენობის დინამიკა ქვე-სექტორების მიხედვით საკმაოდ სტაბილურია. მნიშვნელოვანია, რომ აღნიშნული პერიოდის მანძილზე, ყოველ წელს პროექტების თითქმის ნახევარი ხორციელდებოდა ნაწილების და კომპონენტების წარმოების მიმართულებით.

თუმცა დიაგრამა #21-ის მიხედვით, 2019 წელს, პანდემის წინა პერიოდში, შეინიშნებოდა საინვესტიციო პროექტების მკვეთრი შემცირება ნახევარგამტარების ქვე-სექტორში, სამედიცინო მოწყობილობების მიმართულებით კი ზრდა.

*წყარო: FDI Markets*

ამასთან, როგორც დიაგრამა #22-ზე ჩანს, ნაწილების და კომპონენტების წარმოების ქვე-სექტორში საინვესტიციო პროექტების და შექმნილი სამუშაო ადგილების რაოდენობის ტენდენცია მზარდი იყო ბოლო 5 წლის განმავლობაში 2019 წლის ჩათვლით და მხოლოდ 2019 წელს შექმნილი სამუშაო ადგილების რაოდენობამ შეადგინა 127,486. უშუალოდ ერთი პროექტის მიერ შექმნილი საშუალო სამუშაო ადგილების რაოდენობა 2019 წელს შეადგენდა 258-ს.

*წყარო: FDI Markets*

კოვიდ პანდემიამდე გლობალური ელექტრონული კომპონენტების ბაზრის კვლევის პროგნოზის თანახმად, ელექტრონული კომპონენტების ბაზრის ნაერთი წლიური ზრდის ტემპი (CAGR) 2019-2024 წლებში დაახლოებით 5.6% იქნებოდა. ასევე, 2019-2025 წლებში მნიშვნელოვანი ზრდის პროგნოზი კეთდებოდა სამომხმარებლო ელექტონიქსის ინდუსტრიში, რომლის მამოძრავებელი ფაქტორს წარმოადგენს მოხოვნის მდგრადი და მკვეთრი ზრდა ისეთ პროდუქტებზე, როგორიცაა ტელევიზორები, სმარტფონები, სხვადასხვა უკაბელო მოწყობილობები. უფრო მეტიც, შემოსავლების ზრდა და შესაბამისად მოთხოვნის ზრდა ჭკვიან მოწყობილობებზე, ნახევრაგამტარებზე და ინტერნეტის შეღწევა ცხოვრები ყველა ასპექტზე კიდევ უფრო იწვევს სამომხმარებლო ელექტრონიკის ინდუსტრიის სწრაფ განვითარებას.

კომპიუტერების, ელექტრონული და ელექტრული მოწყობილობების ნაწილების და კომპონენტების წარმოების სექტორში Covid-19 გამოწვეული კრიზისი აისახა რამდენიმე მიმართულებით: მიწოდების ჯაჭვის რღვევა, მოთხოვნის კოლაფსი და წარმოებასთან დაკავშირებული ოპერაციების შეფერხება. კერძოდ, ელექტრონიკის სექტორში მიწოდების ჯაჭვი მოიცავს კავშირს მრავალი ქვეყნის ეკონომიკასთან, ჩინეთი კი წარმოადგენს შუალედური ნაწილების უმნიშვნელოვანეს მიმწოდებელს, შესაბამისად ჩინეთში არსებული საერთაშორისო კომპანიების საწარმოების დახურვამ გამოიწვია მიწოდების ჯაჭვის რღვევა. რაც შეეხება პირდაპირ უცხოურ ინვესტიტიციებს, 2020 წლის იანვარ აპრილის პერიოდში ელექტრონიქსის ინდუსტრიაში greenfield პროექტები შემცირდა 31 პროცენტით, ხოლო M&A შეთანხმებები 40 პროცენტით.

მიუხედავად პანდემიით გამოწვეული ეკონომიკური პრობლემებისა, აღნიშნული სექტორის აღდგენა/გაჯანსაღების პროცესი დაწყებულია, რაზეც მოწმობს ჩინეთში ელექტრონული პროდუქციის საექსპორტო მონაცემების ზრდა. რაც შეეხება გრძელვადიან პერიოდში სექტორში არსებულ ტენდენციებს, მოსალოდნელია ინტერნეტთან დაკავშირებული პროდუქტებზე მოთხოვნის ზრდა, ტექნიკის/მოწყობილობების გამოცვლის სიხშირის გაზრდა და მოთხოვნის ზრდა გარკვეული ტიპის პროდუქტებზე, როგორებიცაა: სმარტფონები, ხელოვნური ინტელექტი, სამომხმარებლო ტექნიკა და ა.შ. ინდუსტრიის სწრაფი ზრდა დაკავშირებულია განვითარებადი ქვეყნების ბაზარზე მოთხოვნის ზრდასთანაც.

მოსალოდნელია, რომ ელექტრული და ელექტრონული ინდუსტრიის ბაზარი 2020 წლის 2831 მილიარდი დოლარიდან 2021 წელს 3077 მილიარდ დოლარამდე გაიზრდება და ნაერთი წლიური ზრდის ტემპი (CAGR) 8.7%-ს შეადგენს. 2025 წელს კი ბაზარი 3935.6 მილიარდ დოლარს მიაღწევს 6%-იანი (CAGR) ნაერთი წლიური ზრდის ტემპით (წყარო: Globe Newswire "Electrical and Electronics Global Market Report 2021: COVID 19 Impact and Recovery to 2030").

ელექტრონული ტექნოლოგიის სწრაფი ტემპით განვითარება და ინოვაციები იწვევს მუდმივად მზარდ მოთხოვნას ახალ და სწრაფ ელექტრულ და ელექტრონულ პროდუქტებზე. ამას ემატება 5G ტექნოლოგია, რაც დაკავშირებულია ძველი ელექტრონული პროდუქტების ახლით გარდაუვალ ჩანაცვლებასთან.

განხორციელებული საინვესტიციო პროექტების რაოდენობის, საშუალოდ ერთ პროექტზე შექმნილი სამუშაო ადგილების და ბოლო წლებში არსებული მზარდი ტენდენციის გათვალისწინებით, ელექტრონული კომპონენტების და ნაწილების წარმოება ერთ-ერთი საინტერესო და ინვესტიციების მოზიდვის კუთხით პრიორიტეტული სექტორია.

საერთაშორისო კომპანიებისთვის ქვეყნის შეფასების და ახალი ინვესტიციის შესახებ გადაწყვეტილების მიღების რამდენიმე მთავარი კრიტერიუმი არსებობს: სამუშაო ძალის კვალიფიკაცია და ღირებულება, ლოგისტიკა, საერთაშორისო ბაზრებზე წვდომა, გადასახადები და შეღავათები.

საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემების მიხედვით, ქვეყანაში ელექტრონული და ელექტრული მოწყობილობების წარმოების სექტორში მოღვაწეობს რამდენიმე საშუალო და მცირე კომპანია, მათ შორის ორი საწარმო, რომელიც პირდაპირი უცხოური ინვესტიციით შეიქმნა. მიუხედავად იმისა, რომ აღნიშნული სექტორი მნიშვნელოვნად არ არის განვითარებული, საქართველოს აქვს რამდენიმე ძირითადი კონკურენტული უპირატესობა, რაც მნიშვნელოვანია სექტორში ინვესტირების გადაწყვეტილების მიღებისას და შესაბამისად, აქვს შესაძლებლობა მოიზიდოს ელექტრონული და ელექტრული მოწყობილობების ნაწილების და კომპონენტების მწარმოებელი კომპანიები. აღნიშნული კონკურენტული უპირატესობები მოიცავს შემდეგს:

* თავისუფალი ვაჭრობის შეთანხმებები იმ დიდ ბაზრებთან (ქვეყნებთან), სადაც ხდება საბოლოო პროდუქტის აწყობა/დამზადება;
* ცენტრალური და აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნებში სამუშაო ძალის ხელფასების ზრდის გამო, აღნიშნულ სექტორებში მოღვაწე მწარმოებელი კომპანიები იცვლიან ლოკაციებს და ინვესტიციების განსახორციელებლად არჩევენ ახალ ქვეყნებს, ხოლო საქართველოს აქვს შესაძლებლობა კონკურენტული და შედარებით დაბალი ფასის მქონე სამუშაო ძალა მიაწოდოს ბაზარს;
* საქართველოს უკავია სტრატეგიული მდებარეობა და ლოგისტიკურად ახლოს არის დიდ ბაზრებთან
* საქართველოს აქვს ლიბერალური საგადასახადო გარემო და ქვეყანაში მოქმედებს საგადასახადო მოდელი, რომლის მიხედვითაც გაუნაწილებელი მოგება გათავისუფლებულია მოგების გადასახადისაგან. ამასთან, საქართველოს აქვს ოთხი თავისუფალი ინდუსტრიული ზონა. თავისუფალ ინდუსტრიულ ზონაში განთავსებული საწარმო საექსპორტო პროდუქციის წარმოების შემთხვევაში გათავისუფლებულია გადასახადებისგან.

**ავტოსატრანსპორტო საშუალებების ნაწილების წარმოება**

მრავალი თვალსაზრისით, ავტოსატრანსპორტო საშუალებების ინდუსტრია წარმოადგენს უმნიშვნელოვანეს სექტორს გლობალური ეკონომიკისა და ამის შედეგად განვითარებული კეთილდღეობის მიღწევისათვის. იგი არის ეკონომიკური ზრდის კრიტიკული კომპონენტი სხვა ინდუსტრიებთან ფართო დიაპაზონის კავშირების მიზეზით. კერძოდ, ავტოსატრანსპორტო საშუალებების სექტორი დაკავშირებულია როგორც ფოლადის, ქიმიკატების, ტექსტილის ინდუსტრებთან, ისე სარემონტო და მობილობის მომსახურებებთან. ამასთან, ავტოსატრანსპორტო საშუალებების ნაწილების წარმოება არის ტექნოლოგიურად მაღალგანვითარებული და ცოდნაზე დაფუძნებული ინდუსტრია, შესაბამისად ამ ტიპის ინვესტიციების მოზიდვა განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ქვეყნის ეკონომიკის გაჯანსაღებისა და განვითარების ახალ დონეზე გადასასვლელად.

ავტოსატრანსპორტო საშუალებების მსოფლიო ბაზარი  შემოსავლების მიხედვით არის ერთ-ერთი მსხვილი (3 ტრილიონი აშშ დოლარი, 2019 წ.) და ამავდროულად მზარდი (2014-2019 CAGR- 4.5%). 2019 წელს ინდუსტრიის მიერ მიღებული ბრუნვა აღემატებოდა ევროკავშირის მშპ-ს 7%-ს, აშშ-ს მთლიანი მშპ-ს 3-3,5%-ს და ჩინეთში 10%-ს. საავტომობილო ინდუსტრიაში, თითქმის 14 მილიონი ადამიანია დასაქმებული ევროპაში და 8 მილიონი აშშ–ში, ასევე დაახლოებით 5 მილიონი ჩინეთში. დასაქმებულთა რაოდენობა მეტყველებს სექტორის მნიშვნელობაზე. აღნიშნული სექტორის წარმომადგენელი დიდი საერთაშორისო კომპანიები უზრუნველყოფენ დასაქმების მაღალ დონეს, ტრენინგებით და სასწავლო პროგრამებით ადამიანური კაპიტალის განვითარებას, შესაბამისად პროდუქტიულობის ზრდას და ტექნოლოგიურ წინსვლას.

პანდემიის წინა პერიოდში, სამომხმარებლო დანახარჯები, რომელიც საავტომობილო ინდუსტრიის ზრდის ერთ-ერთი კრიტიკულად მნიშვნელოვანი და მთავარი განმაპირობებელი ფაქტორია, ზრდის ტენდენციით ხასიათდებოდა. კერძოდ, იზრდებოდა ახალი ავტომობილების გაყიდვების მაჩვენებელი და ავტომობილების შესაკეთებლად საჭირო ნაწილების გაყიდვები (aftermarket consumption).

Marketline-ის გაანგარიშებით, 2018-2022 წლებში ახალი მანქანების გაყიდვების მოცულობის წლიური 4%-იანი ზრდა იყო მოსალოდნელი, რის შედეგადაც 2022 წელს გაყიდული მანქანების რაოდენობა 81.9 მილიონს მიაღწევდა.

აღსანიშნავია, რომ ავტომობილების მოხმარების საშუალო ხანგრძლივობა იზრდება, რაც ახალი ნაწილების საჭიროებას კიდევ უფრო ზრდის. Marketline-ის პანდემიის წინა პერიოდში გაკეთებული ანგარიშის თანახმად, ავტომობილების შესაკეთებლად საჭირო ნაწილების გაყიდვები (Aftermartket Consumption) უნდა გაზრდილიყო წლიური 4.6%-ით და 2022 წლის ბოლოსთვის 25,716 მილიონი ერთეულისთვის მიეღწია, ხოლო 2017-2022 წლების პერიოდში ავტომობილების შესაკეთებლად საჭირო ავტონაწილების და კომპონენტების ბაზრის ნაერთი წლიური ზრდის ტემპი (CAGR) 7.4% იქნებოდა და 2022 წლისთვის 1.343 მილიარდ აშშ დოლარს მიაღწევდა.

მნიშვნელოვანია აღინიშნოს, რომ პანდემიით ერთ-ერთ ყველაზე დაზარებულ ინდუსტრიას წარმოადგენს საავტმობილო ინდუსტრია, ვინაიდან აღნიშნული ინდუსტრია წარმოადგენს ყველაზე გრძელ ღირებულებით ჯაჭვში ჩაბმულ სექტორს, რომელშიც მონაწილეობენ სხვადასხვა ტიპის მოთამაშეები. მაგალითად, პანდემიის გავლენა ევროპის საავტომობილო ინდუსტრიაზე იყო უზარმაზარი. 2020 წლის პირველ ნახევარში, ევროკავშირის მასშტაბით ავტომობილების წარმოება 3.6 მილიონი ავტომობილით შემცირდა, რაც 100 მილიარდი ევროს ზარალს უდრის.

2020 წლის პირველი 9 თვის მონაცემებით, მსოფლიოში გაყიდული სამგზავრო მანქანების რაოდენობა 21.2%-ით შემცირდა - 2019 წლის ანალოგიურ პერიოდში გაყიდული ავტომობილების რაოდენობა შეადგენდა 55.6 მილიონ ერთეულს, 2020-ში კი 44 მლნ-ს. 2020 წლის იანვარ-სექტემრის პერიოდში ევროპულ ბაზარზე გაყიდული მანქანების რაოდენობა 25.9%-ით შემცირდა, ხოლო ჩრდილოეთ ამერიკასა და სამხრეთ ამერიკაში 22.3%-ით და 36.3%-ით. უარყოფითი გავლენა რუსეთსა და უკრაინაში იყო უფრო მცირე, -13.4% და -4.4%.

გასული თვეების მონაცემებით, ჩინეთის საავტომობილო ბაზარს უმჯობესდება, რაც ძირითადად უკავშირდება სამთავრობო ინიციატივებს და ვირუსის გავრცელების შეჩერებას ქვეყანაში. თებერვალში 82.1%-იანი და მარტში 48.9%-იანი შემცირების შემდეგ, ჩინეთის ავტომობილების გაყიდვები თანდათანობით გაიზარდა, სექტემბერისთვის კი წინა ხუთი თვის მონაცემებით ზრდა დააფიქსირა. შესაბამისად, ჩინეთში გაყიდვები 2020 წლის პირველი 9 თვის მონაცემებით შემცირებულია მხოლოდ 13.2 %-ით (13 მილიონი ერთეული ავტომობილი).

ჩინეთში არსებული ინდუსტრიის გაჯანსაღების ტენდენციები დამაიმედებელ სურათს იძლევა. ამასთან, ახალ და განვითარებად ბაზრებზე მოთხოვნის ზრდა იქნება ავტო ინდუსტრიის ზრდის ერთ-ერთი მთავარი მამოძრავებელი ძალა. აღნიშნული ფაქტორები კი პირდაპირ კავშირშია ავტომობილების ნაწილების და კომპონენტების ინდუსტრიის ზრდასა და განვითარებასთან, ვინაიდან ახალ ავტომობილებზე გაზრდილი მოთხოვნა იწვევს მზარდ მოთხოვნას საავტომობილო ნაწილების ინდუსტრიაშიც.

მიუხედავად იმისა, რომ ავტოსატრანსპორტო საშუალებების მწარმოებლებს მოუხდათ ხარჯების ოპტიმიზაცია და შემცირება, მათ მაინც მოუწევთ ინვესტირება ისეთი მიმართულებებით, რაც მისცემთ საშუალებას უკეთეს პოზიციაში აღმოჩნდნენ პოსტ პანდემიურ პერიოდში და მაღალი ამონაგების მიღების შესაძლებლობა ქონდეთ. იმისთვის, რომ შეინარჩუნონ კონკურენტუნარიანობა, კომპანიებს სჭირდებათ ინვესტიციების განხორციელება, რათა მობილობა გახდეს უფრო ჭკვიანი. მაგალითად, ხელოვნური ინტელექტისა და 5G ტელეკომუნიკაციების ჩართვა ავტომობილებში. მიუხედავად იმისა, რომ სრულად ავტონომიური სატრანსპორტო საშუალებების მომავლის იდეამ მოიცვა ინდუსტრია, მნიშვნელოვანია აღინიშნოს, რომ ავტომწარმოებლები ახლაც ახდენენ ჭკვიანი ტექნოლოგიების ინტეგრირებას როგორც ელექტრო, ისე ტრადიციული შიდა წვის ძრავის მქონე ავტომობილებში.

ავტოსატრანსპორტო საშუალებების ბაზრის ორგანიზებიდან გამომდინარე, მრავალი სხვადასხვა ტიპის მწარმოებელი არის ჩართული საბოლოო პროდუქტის შექმნაში. ორიგინალი აღჭურვილობის მწარმოებლები (OEMs) უფრო მეტად ფოკუსირდებიან დიზაინის, აწყობის და მარკეტინგის ღონისძიებებზე, ხოლო საავტომობილო ნაწილების და კომპონენტების ინდუსტრია აწარმოებს თითქმის ყველა ნაწილს, გარდა ძრავისა, რომელსაც ხშირ შემთხვევაში თავად OEM კომპანიები ქმნიან. კერძოდ, ე.წ. პირველი დონის მწარმოებლები (First-tier manufacturers) უშვებენ ორიგინალ პროდუქტებს უშუალოდ ავტომობილების ასაწყობად, რომლებსაც აწვდიან OEM მწარმოებლებს და ასევე, აწარმოებენ ნაწილებს შემდგომში ავტომობილების შესაკეთებლად (aftermarket components). მეორე და მესამე დონის მწარმოებლები (Second tier, Third tier) სპეციალიზირებულები არიან პირველი დონის მწარმოებლებისთვის პატარა ნაწილების წარმოებაში.

მსხვილი მულტინაციონალური კორპორაციების მიერ განვითარებად ქვეყნებში პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების განხორციელება მნიშვნელოვნად გაიზარდა 1980-იანი წლებიდან. თავდაპირველად, ამ ტენდენციის უკან მდგომ მიზანს წარმოადგენდა დანახარჯების შემცირება და განვითარებად ქვეყნებში წარმოებული პროდუქტის განვითარებულ ქვეყნებში ექსპორტით უკან დაბრუნება, თუმცა შემდგომში ყურადღება ასევე ადგილობრივ ბაზრებზე არსებულ მოთხოვნაზეც გამახვილდა. ასეთი ღირებულებათა ჯაჭვის განვითარების არსი იმაში მდგომარეობს, რომ ჯაჭვის შემადგენელი მაღალი ღირებულების შემქმნელი - დიზაინი და ინოვაციები რჩება განვითარებულ ინდუსტრიულ ქვეყნებში, ხოლო წარმოების ნაწილი გადადის განვითრებად ქვეყნებში. საავტომობილო ინდუსტრიაში არსებულ კომპანიებს განვითარებად ქვეყნებში წარმოების გადატანისას ორი ძირითადი მამოძრავებელი ფაქტორი აქვთ: მზარდი მოთხოვნა და იაფი საოპერაციო დანახარჯები.

შესაბამისად, დიდი საინვესტიციო დანახარჯების და მასშტაბის ეკონომიიდან გამომდინარე, ავტომანქანების მწარმოებელი მულტინაციონალური კომპანიები წარმოების ადგილად (ე.წ. Assembly plant-ებისთვის) ირჩევენ დიდ ადგილობრივ და რეგიონულ ბაზრებს, როგორებიც არის: აშშ, გერმანია, საფრანგეთი, ჩინეთი, ინდოეთი, რუსეთი, სამხრეთ აფრიკა, თურქეთი და ა.შ. პატარა ბაზრის მქონე ქვეყნები ავტომობილებით მარაგდებიან დიდ ბაზრებზე არსებული საწარმოებიდან, თუმცა ამავდროულად ხშირად არიან ავტონაწილების და კომპონენტების მიმწოდებლები დიდ ბაზრებზე არსებული ე.წ. Assembly plant-ებისთვის. შესაბამისად, საქართველოს, სხვა პატარა ბაზრის მქონე ქვეყნების მსგავსად, აქვს შესაძლებლობა აწარმოოს ავტონაწილები საექსპორტო მიზნებისათვის და მოამარაგოს მსხვილ სამომხმარებლო ბაზრებზე არსებული საბოლოო პროდუქტის ამწყობი საწარმოები.

ამასთან, განვითარებად ქვეყნებში მომხმარებლები უფრო მეტად ცდილობენ რომ შეაკეთონ ავტომობილები და გააუმჯობესონ, ვიდრე შეიძინონ ახალი ავტომობილები. შედეგად, ავტონაწილების ინდუსტრიის გაფართოება და ზრდა ბევრად უფრო მოსალოდნელია განვითარებად ქვეყნებში, რომელთაც აქვს ნაკლებად განვითარებული ინფრასტრუქტურა და მეტწილად ძველი მანქანები.

აღსანიშნავია, რომ საქართველოში განხორციელებულმა წარმატებულმა რეფორმებმა ქვეყანას საშუალება მისცა, გამხდარიყო ავტომობილების ექსპორტიორი, საკუთარი ავტომობილების წარმოების გარეშე და პანდემიის წინა პერიოდში ავტო ბიზნესი საქართველოს ეკონომიკის შემადგენელი მნიშვნელოვანი კომპონენტი იყო.

საქართველოს შემოჰქონდა მანქანები სხვადასხვა ქვეყნიდან და ახდენდა მათ ექსპორტს მეზობელ ბაზრებზე. ამან, თავის მხრივ, გამოიწვია ქვეყნის შიგნით ავტონაწილების გაყიდვების და ავტოსერვისის სექტორის განვითარება, ვინაიდან იმპორტირებული ავტომობილები ხშირ შემთხვევაში არის დაზიანებული, ხდება მათი შეკეთება საქართველოს ტერიტორიაზე და შემდგომში ან ადგილობრივ ბაზარზე გაყიდვა ან ექსპორტი.

საქართველოს ავტოინდუსტრია 3 ძირითადი ქვე-სექტორისგან შედგება: ავტომობილების გაყიდვები, ავტონაწილების გაყიდვები და ავტოსერვისი (შეკეთება). ავტომობილების გაყიდვები უმსხვილესი ქვე-სექტორია, რომელიც 2018 წლის მონაცემებით მთლიანი სექტორის 64.7%-ს შეადგენდა, შემდეგ მას მოჰყვება ავტო ნაწილები (31.9%) და მომსახურება და სერვისები (3.4%).

აქედან გამომდინარე, საქართველოს შეუძლია აწარმოოს გარკვეული ტიპის ავტონაწილები ადგილობრივი მზარდი ბაზარისთვისაც (aftermarket consumption/sales).

შესაბამისად, საქართველოს აქვს პოტენციალი და აქცენტი უნდა გააკეთოს ავტოსატრანსპორტო საშუალებების ნაწილებისა და კომპონენტების მიმწოდებელ, იგივე პირველი, მეორე და მესამე დონის მიმწოდებლებზე, რომლებიც ნაწილებს აწარმოებენ როგორც ორიგინალი აღჭურვილობის მწარმოებლებისათვის (OEMs), ასევე ემსახურებიან შემდგომი გაყიდვების ბაზარს (aftermarket).

2018 წელს KPMG-ის მიერ განხორციელებული კვლევის „საქართველოს პოტენციალი ავტოსატრანსპორტო ნაწილების წარმოებაში“ ფარგლებში შესწავლილი და გაანალიზებული იქნა სხვადასხვა ავტონაწილი და მათი საქართველოში წარმოების შესაძლებლობები და პოტენციალი. კერძოდ, გაანალიზდა თითოეული ავტონაწილის წარმოებასთან დაკავშირებული ხარჯების სტრუქტურა (ნედლეული, მუშახელის ხარჯი, კომუნალური ხარჯი და სხვა) და ასევე თუ რამდენად მნიშვნელოვანია საბოლოო პროდუქტთან ნაწილის წარმოების გეოგრაფიული სიახლოვე, რადგან ავტონაწილების მწარმოებლები ცდილობენ წარმოების პროცესი ავტომობილების ასაწყობი საწარმოების ახლოს იყოს, (თუმცა აღნიშნული არ ეხება მაღალი ღირებულების მქონე, მაღალტექნოლოგიურ ან მსუბუქ ნაწილებს).

კვლევაში ასევე განხორციელდა ავტოსატრანსპორტო საშუალებების ნაწილების პრიორიტეტიზაცია შემდეგი მახასიათებლების მიხედვით: წარმოებაში გამოყენებული მაღალი დონის ტექნოლოგია (კაპიტალინტენსიურობა), მაღალი კვალიფიკაციის მქონე მუშახელის საჭიროება, გეოგრაფიული მანძილის მნიშვნელობა OEM-სა და ნაწილების მიმწოდებლებს შორის, მუშახელზე ორიენტირებული საწარმოო პროცესი, მომდევნო წლების ტენდენციები/წარმოების შესაძლო ზრდა ან შემცირება, ინდუსტრიაში საწარმოო პროცესის განვითარებად ქვეყნებში გადატანის ტენდენცია (მაგალითად, შრომა-ინტენსიური საწარმოო პროცესის შემთხვევაში საქართველოში წარმოება უფრო მიმზიდველი ხდება).

რანგირებაზე დაყრდნობით გამოიკვეთა 10 პროდუქტი (ავტონაწილი), რომელსაც საქართველოში წარმოების უფრო დიდი პოტენციალი გააჩნია. ეს ნაწილებია: სამუხრუჭე ხუნდები, წამყვანი ხიდის დიფერენციალი, უსაფრთხოების ბალიშები, კონდიციონერები, სითხის ტუმბოები, გასანათებელი მოწყობილობები, რადიატორები, ბამპერები, სარკეები და აალების სანთლები.

აღნიშნული ნაწილები გამოიკვეთა შემდეგი უპირატესობების გაანალიზების შედეგად:

* საქართველოს აქვს თავისუფალი ვაჭრობის შეთანხმებები იმ დიდ ბაზრებთან (ქვეყნებთან), სადაც ხდება საბოლოო პროდუქტის აწყობა/დამზადება;
* პროდუქციის საწარმოებლად საჭირო ნედლეული მოიპოვება საქართველოსა ან/და რეგიონის ქვეყნებში;
* საქართველოს აქვს შესაძლებლობა კონკურენტული და შედარებით დაბალი ფასის მქონე სამუშაო ძალა მიწოდოს ბაზარს. კერძოდ, ხელფასი საქართველოს ავტოინდუსტრიაში მერყეობს 268 დოლარსა და 741 დოლარს შორის. ამასთან, ცენტრალური და აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნებში სამუშაო ძალის ხელფასების ზრდის გამო, აღნიშნულ სექტორებში მოღვაწე მწარმოებელი კომპანიები იცვლიან ლოკაციებს და ინვესტიციების განსახორციელებლად არჩევენ ახალ ქვეყნებს;
* ელექტროენერგიის ხარჯი შეადგენს 0.07 აშშ დოლარს ინდუსტრიული მიზნებისათვის, რაც კონკურენტ ქვეყნებთან შედარებით საკმაოდ დაბალი მაჩვენებელია;
* საქართველოს აქვს ლიბერალური საგადასახადო გარემო და ქვეყანაში მოქმედებს საგადასახადო მოდელი, რომლის მიხედვითაც გაუნაწილებელი მოგება გათავისუფლებულია მოგების გადასახადისაგან. ამასთან, საქართველოს აქვს ოთხი თავისუფალი ინდუსტრიული ზონა. თავისუფალ ინდუსტრიულ ზონაში განთავსებული საწარმო საექსპორტო პროდუქციის წარმოების შემთხვევაში გათავისუფლებულია გადასახადებისგან.

საავიაციო ნაწილები და კომპონენტები

საავიაციო ნაწილების წარმოების ბაზრის ზომამ 2019 წელს 907.2 მილიარდი აშშ დოლარი შეადგინა. პანდემიის წინა პერიოდში მოსალოდნელი იყო, რომ 2020-2027 წლებში ნაერთი წლიური ზრდის ტემპს (CAGR) უნდა შეედგინა 4.1 %. კომერციულ თვითმფრინავებზე მოთხოვნის მაღალი ზრდა გამოწვეულია ძველი საჰაერო ფლოტის ახალი თაობის, მსუბუქ წონიანი და საწვავის ეფექტურად მხარჯავი თვითმფრინავების ჩანაცვლებით, რაც მომდევნო წლებში კიდევ უფრო გაიზრდება. მოსალოდნელია, რომ პოსტ პანდემიურ პერიოდში გაიზრდება შესაძლებლობები საავიაციო ნაწილების ბაზრის მოთამაშეებისათვის, ვინაიდან აუცილებელი გახდება მძიმე ნაწილების მსუბუქი ნაწილებით ჩანაცვლება და პროდუქციის მოცულობის მნიშვნელოვნად გაზრდა.

საავიაციო წარმოება, ავტოსატრანსპორტო საშუალებების ბაზრის მსგავსად, შედგება ორიგინალი აღჭურვილობის მწარმოებლებისა (OEMs) და ნაწილების მიმწოდებელი პირველი, მეორე და მესამე დონის კომპანიებისგან (Tier 1-2-3 suppliers). OEM კომპანიები უზრუნველყოფენ თვითმფრინავების აწყობას, პირველი, მეორე და მესამე დონის მიმწოდებლები კი თავის მხრივ აწარმოებენ ნაწილებს, რომელიც თვითმფრინავის ასაწყობად გამოიყენება.

ვინაიდან პირველი დონის მიმწოდებლები (Tier 1) აწარმოებენ თვითმფრინავების სტრუქტურებს, ძირითად სისტემებს და ძრავებს, პირველ რიგში ისინი ექცევიან ორიგინალი აღჭურვილობის მწარმოებლების (OEMs) ზეწოლის ქვეშ. აღნიშნულის დასაბალანსებლად, ხარჯების შესამცირებლად და საკუთარი წარმოების ჯაჭვის გასაძლიერებლად, Tier 1 მიმწოდებლებმა დაიწყეს Tier 2 და Tier 3 მწარმოებელი კომპანიების შესყიდვა. შესაბამისად, საავიაციო სექტორში მოსალოდნელია მოთამაშეების და წარმოების ჯაჭვის კონსოლიდირება.

2019 წლის მონაცემების მიხედვით, ჩრდილოეთ ამერიკას საავიაციო ნაწილების წარმოების ბაზრის 50% ეკავა. მეორე ადგილს იკავებდა ევროპა და შემდეგ აზია-წყნარი ოკეანის რეგიონი. აზია-წყნარი ოკეანე შეფასებულია, როგორც მომავალ წლებში ყველაზე სწრაფად მზარდი ბაზარი, მეტწილად რეგიონში ტექნიკური მხარდაჭერის, შეკეთების და სარემონტო (MRO) აქტივობის გაზრდის მიზეზით. მოსალოდნელია, რომ რეგიონი საავიაციო ნაწილების და კომპონენტების ერთ-ერთი უმსხვილესი მწარმოებელი გახდება. ამასთან, ჩინეთი განსაკუთრებით მომგებიან პოზიციაშია ქვეყანაში არსებული ნედლეულის და სამუშაო ძალის ადვილად ხელმისაწვდომობის გამო.

უკანასკნელი წლების განმავლობაში, დიდი საერთაშორისო კომპანიების მიერ ახალი სტრატეგიების საფუძველზე საავიაციო წარმოება სტრუქტურულად შეიცვალა. აღნიშნული მოიცავს რამდენიმე მნიშვნელოვან ცვლილებას, მათ შორის:

* გამარტივდა სერტიფიცირების პროცესი ევროპის გარეთ მყოფი კომპანიებისათვის, რის შედეგადაც გაუმჯობესდა მათი ბაზარზე წვდომა;
* კონკურენციის ზრდამ უფრო აქტუალური გახადა წარმოების ხარჯების ოპტიმიზაციის საკითხი;
* გაუმჯობესდა წვდომა ადამიანურ კაპიტალსა და ნედლეულზე.

შედეგად, ნაწილების მიმწოდებლები კონცენტრირდნენ ხარჯების შემცირებაზე და არაევროპული წარმოშობის პროდუქციის შესყიდვა გაიზარდა. ეს მიუთითებს განვითარებადი ქვეყნების, როგორც საავიაციო ნაწილების ექსპორტიორების როლის ზრდაზე, რაც აჩენს დამატებით შესაძლებლობასა და პოტენციალს, რომ ამ ქვეყნებმა მოიზიდონ პირველი, მეორე და მესამე დონის მიმწოდებლები და დანახარჯების შემცირების მიზნით გადმოიტანონ საწარმოები ხსენებულ ქვეყნებში.

ცხრილი#5: საავიაციო ნაწილების მწარმოებლების მიერ განხორციელებული ინვესტიციები 2003-2019 წლებში

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| სექტორი | პროექტების რაოდენობა | კაპიტალური ინვესტიციის მოცულობა (მლნ აშშ დოლარი) | ინვესტიცია საშუალოდ ერთ პროექტში (მლნ აშშ დოლარი) | შექმნილი სამუშაო ადგილები | სამუშაო ადგილები საშუალოდ ერთ პროექტზე  | კომპანიების რაოდენობა |
| თვითმფრინავის ნაწილები | 1 159 | 49 617,1 | 42,8 | 183 832 | 158 | 485 |
| თვითმფრინავები | 1 043 | 40 703,5 | 39,0 | 173 787 | 166 | 378 |
| სხვა (საჰაერო წარმოება) | 43 | 1 865,9 | 43,4 | 4 778 | 111 | 34 |
| ჯამი | 2 245 | 92 186,4 |  | 362 397 |  | 825 |

*წყარო: FDI Markets*

2003 წლიდან 2019 წლამდე საავიაციო ნაწილების მწარმოებელი კომპანიების მიერ პირდაპირი უცხოური ინვესტიციის განხორციელებით 1159 საწარმო შეიქმნა, რის საფუძველზეც 183,832 ადამიანი დასაქმდა. ამასთან, საშუალო კაპიტალური ინვესტიციის მოცულობა შეადგენს 42,8 მილიონ აშშ დოლარს, რაც სხვა სექტორებთან შედარებით ინვესტიციის საშუალო მოცულობის მაღალი მაჩვენებელია. ასევე აღსანიშნავია, რომ 2018-2019 წლებში საავიაციო ინდუსტრიაში განხორციელებული FDI პროექტების ტენდენცია დინამიური იყო.

საავიაციო წარმოების და მომსახურების სექტორი ერთ-ერთია იმ სექტორებიდან, რომელიც COVID-19-მა ყველაზე მეტად დააზარალა. გახანგრძლივებულმა ფინანსურმა პრობლემებმა, ავიაკომპანიების მიერ ფლოტის შემცირებამ, თვითმფრინავების შეკვეთების გადადებამ და გაუქმებამ, საავიაციო ინდუსტრია ღრმა კრიზისამდე მიიყვანა. ინდუსტრიის ძირითადი მოთამაშეების, Airbus-ისა და Boeing-ის, ფინანსურმა ზარალმა $2.4 და $1.7 მილიარდ დოლარს მიაღწია. აღნიშნული კომპანიების ერთობლივი მიწოდება 2020 წლის პირველ ნახევარში 58%-ით შემცირდა. Airbus-მა 2020 წლის პირველ ნახევარში 196 თვითმფრინავი გამოუშვა, რაც 50%-ით ნაკლებია წინა წლის ანალოგიურ მაჩვენებელთან შედარებით, ხოლო Boeing-მა მხოლოდ 70 თვითმფრინავი მიაწოდა ბაზარს, რაც 71%-ით შემცირებას გულისხმობს (Commercial Aerospace Insight Report, Accenture 2020).

საერთაშორისო საჰაერო ტრანსპორტის ასოციაციის (IATA) შეფასებით, ავიაკომპანიებს არსებობის ისტორიაში ყველაზე ცუდი წელი აქვთ - ავიაკომპანიების წმინდა ზარალი წინასწარი შეფასებით 84 მილიარდი დოლარი იქნება. საავიაციო წარმოების მომწოდებლებს მოთხოვნის ცვლილებების შესაბამისად მოუწევთ წარმოების ხაზის და მიწოდების ჯაჭვის დაბალანსება. ჩრდილოეთ ამერიკის და ევროპის ქვეყნებმა საავიაციო წარმოების ღირებულებათა ჯაჭვში არსებული რყევების შესამცირებლად გარკვეული ფინანსური მექანიზმები აამოქმედეს. მაგალითად, აშშ-მ 61 მილიარდი დოლარი გამოყო გრანტის და სესხების სახით, ხოლო საფრანგეთის მთავრობამ 17 მილიარდი აშშ დოლარით უზრუნველყო საავიაციო სექტორის დაფინანსება. მოსალოდნელია, რომ სექტორის აღდგენა 2021 წლიდან დაიწყება. ამასთან, აზიისა და წყნარი ოკეანის ბაზარი ევროპასთან და ჩრდილოეთ ამერიკასთან შედარებით გაცილებით სწრაფად აღდგება, რაც გამოწვეულია ჩინეთის საავიაციო კომპანიების წარმოების და შიდა საჰაერო მიმოსვლის აღდგენით.

პანდემიამდე, ბოლო ათწლეულის განმავლობაში, ისევე როგორც წარმოების ბევრ სხვა მიმართულებაში, ავიანაწილების მწარმოებლების ნაწილმაც დაიწყო დანახარჯების შემცირების მიზნით წარმოების პროცესის განვითარებად ქვეყნებში გადატანა. შესაბამისად, გაჩნდა შესაძლებლობა ახალი ქვეყნებიც ჩართულიყვნენ გლობალურ ღირებულებათა ჯაჭვში. აღსანიშნავია, რომ საქართველოს აქვს საავიაციო წარმოების ისტორიული გამოცდილება და ამჟამად, არსებობს წარმატებული საერთაშორისო თანამშრომლობის მაგალითი. კერძოდ, ქვეყანაში ფუნქციონირებს თვითმფრინავების კომპოზიტური ნაწილების მწარმოებელი ქარხანა, რომლის მომხმარებელს უკვე წარმოადგენს „ბოინგი“ და მიმდინარეობს მოლაპარაკებები სხვა მოწინავე კომპანიებთან. აღნიშნულიდან გამომდინარე, პოსტ პანდემიურ პერიოდში, საქართველოს ექნება შესაძლებლობა და პოტენციალი, საკუთარი ბაზარი შესთავაზოს სექტორში არსებულ ნაწილების მიმწოდებელ კომპანიებს და განავითაროს აღნიშნული ინდუსტრია.

საავიაციო სექტორში, ნაწილების და კომპონენტების წარმოებასთან ერთად, ძალიან მნიშვნელოვან მიმართულებას წარმოადგენს საჰაერო ხომალდების რემონტი და ტექნიკური მომსახურების (MRO) სფერო. MRO სექტორის კომპანიები უზრუნველყოფენ სხვადასხვა ტიპის მომსახურებას, მათ შორის თვითმფრინავის ძრავისა და კომპონენტების ტექნიკურ მომსახურეობას, საჰაერო ხომალდის მოდიფიკაციას და შეკეთებას. მსოფლიოში, MRO ბაზარი მკაცრად რეგულირებადია, რაც განსაზღვრავს ავია წარმოების უსაფრთხო და გამართულ ფუნქციონირებას. აქედან გამომდინარე, არსებობს კომპანიების შეზღუდული რაოდენობა, რომელიც უზრუნველყოფს MRO მომსახურებას - MRO საქმიანობას ახორციელებენ ისეთი კომპანიები, როგორიცაა Lufthansa Technik, Rolls-Royce, General Electric Aviation და სხვა.

პანდემიამ, სხვა ინდუსტრიების მსგავსად, დააზარალა MRO სექტორიც. პროგნოზის მიხედვით, გლობალური მოთხოვნა რემონტსა და ტექნიკურ მომსახურებაზე (MRO) 2020 წელს დაახლოებით 50,3 მილიარდი დოლარი იქნება, 45 პროცენტით ნაკლები ვიდრე COVID-მდე პროგნოზით იყო გათვალისწინებული, 91,2 მილიარდი აშშ დოლარი. ამასთან, თვითმფრინავების დაბალი ექსპლოატაციის გამო, დაგეგმილი გლობალური ხარჯები MRO მიმართულებითაც მნიშვნელოვნად შემცირდა.

მიუხედავად მკვეთრი ვარდნისა, საავიაციო ინდუსტრიის აღდგენას და 2019 წლის საბაზისო მაჩვენებელთან დაბრუნებას 2022 წლიდან ვარაუდობენ. 2030 წლისთვის კი საავიაციო ბაზრის სავარაუდო ზომა დაახლოებით 130 მილიარდი აშშ დოლარი იქნება.

მიმოქცევაში არსებული თვითმფრინავების რაოდენობა პანდემიამდე და მის შემდეგ მოცემულია ცხრილში#6.

ცხრილი#6:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| რეგიონი | თვითმფრინავების რაოდენობა COVID-მდე | დასაწყობებული თვითმფრინავების რაოდენობა | ექსპლუატაციაში დაბრუნებული თვითმფრინავები |
| აფრიკა | 1,137 | 700 | 262 |
| აზია-წყნარო ოკეანეთი | 8,689 | 5,334 | 3,618 |
| ევროპა | 6,821 | 5,414 | 2,871 |
| ლათინური ამერიკა | 1,746 | 1,319 | 469 |
| შუა აღმოსავლეთი | 1,404 | 1,059 | 504 |
| ჩრდილოეთ ამერიკა | 8,087 | 4,588 | 2,092 |
| სულ | 27,884 | 18,414 | 9,816 |

წყარო: Oliver Wyman Global Fleet and MRO Market Forecast, 2020-2030

მსოფლიოს ყველა რეგიონში, ჩინეთის გარდა, MRO ხარჯების შემცირება 40%-ით ან უფრო მეტად არის მოსალოდნელი. ანალოგიურად, საჰაერო ხომალდის ძრავის MRO ბაზარზე 2020 წელს მკვეთრი რეცესია არის ნავარაუდევი. ამაზე ის ფაქტიც მეტყველებს რომ 2020 წელს, ბაზრის მოცულობა დაახლოებით 23 მილიარდ აშშ დოლარამდე იქნება, რაც პანდემიამდე არსებულ საპროგნოზო მაჩვენებლებთან შედარებით დაახლოებით ორჯერ ნაკლებია.

2020 წლის MRO დანახარჯები მილიარდ აშშ დოლარში კომპონენტების მიხედვით მოცემულია დიაგრამაში#25.

დიაგრამა#25:

*წყარო: Oliver Wyman Analysis 2020*

მართალია კორონავირუსმა მნიშვნელოვნად დააზარალა საავიაციო ინდუსტრია, თუმცა ასევე გაჩნდა ახალი შესაძლებლობებიც. MRO სერვისის მიმწოდებლებისთვის კრიტიკულად მნიშვნელოვანი გახდა საექსპლუატაციო ნაწილების (used serviceable materials) მეორად ბაზარზე ნაწილების საიმედო მომწოდებლების უზრუნველყოფა. მეორადი ნაწილების სტაბილურ წყაროზე წვდომა, რომელიც ახალ კომპონენტებთან შედარებით ნაკლებად ძვირია, MRO პროვაიდერებს უპირატესობას მისცემს მას შემდეგ, რაც საჰაერო მოგზაურობაზე მოთხოვნა კვლავ დღის წესრიგში დაბრუნდება და ავიაკომპანიები ეცდებიან შეამცირონ საოპერაციო ხარჯები. მკვეთრი შემცირების მიუხედავად, ექსპერტები MRO სერვისებში ინვესტირების ძირითად მამოძრავებელ ფაქტორებს გამოყოფენ (Deloitte, 2020).

მოკლევადიან პერიოდში ახალი გაყიდვები შეიძლება შემცირდეს COVID-19–თან დაკავშირებული ეკონომიკური კრიზისის გამო, თუმცა MRO–ზე მოთხოვნა, განპირობებული იქნება არსებული თვითმფრინავების ფლოტისა და თავდაცვითი აღჭურვილობის მოვლა-მომსახურებით. გრძელვადიან პერიოდში კომერციული თვითმფრინავების ბაზარი, სავარაუდოდ აღდგება და მომდევნო ათწლეულის განმავლობაში MRO მომსახურებაზე მოთხოვნის სტაბილურ ზრდას გამოიწვევს. ასევე, ნავარაუდევია ავიაკომპანიის მომხმარებლების მიერ ინვესტიციების ჩადება შიდა MRO სერვისების მოწყობაში. მიუხედავად არსებული კრიზისისა, MRO ბაზრის გამოწვევების შესაძლებლობად გარდაქმნის პერსპექტივებიც გამოჩნდა, კერძოდ, MRO სერვისის მომწოდებლები და ორიგინალი აღჭურვილობის მწარმოებლები (OEM) გეგმავენ თანამშრომლობას და პარტნიორობას მცირე, რეგიონულ კონკურენტებთან მათი ბიზნესის გაფართოების მიზნით.

განვითარებადი საბაზრო ეკონომიკის ქვეყნების საავიაციო ინდუსტრია იზრდება უფრო მაღალი ტემპით, ვიდრე განვითარებული ქვეყნების საავიაციო ინდუსტრიები. შესაბამისად, MRO კლასტერები გადადიან განვითარებადი ბაზრებისკენ და პროგნოზის მიხედვით, მომდევნო ათწლეულის განმავლობაში, MRO სერვისების მიწოდება სწრაფად გაიზრდება აღნიშნულ ქვეყნებში. ეს ფაქტორი წარმოადგენს უნიკალურ შესაძლებლობას საქართველოსთვის, რათა განავითაროს MRO სერვისები და მოემსახუროს მზარდ MRO ბაზარებს, როგორებიცაა ახლო აღმოსავლეთი და დსთ-ს ქვეყნები. მზარდია, საქართველოს საავიაციო ინდუსტრიაც - პანდემიის დაწყებამდე, საქართველოში საავიაციო ბაზარი რეგიონში ზრდის ყველაზე მაღალი მაჩვენებლით გამოირჩეოდა, კერძოდ, 2015-2019 წლებში მგზავრთა ზრდის ტემპმა 22% შეადგინა.

ამასთან, საქართველოში არსებულ MRO ცენტრს საშუალება ექნება უფრო კონკურენტულ ფასად შესთავაზოს სერვისი ევროპულ თვითმფრინავებს, ვიდრე ამას ევროპის ქვეყნები სთავაზობენ. მართალია აზიაში MRO სერვისი შედარებით იაფია, თუმცა, საფრენი მანძილი გრძელია და ჯამში, ძვირი ჯდება მომსახურება.

ამ ფონზე საქართველოს უპირატესობებს წარმოადგენს კონკურენტულ ფასად ხელმისაწვდომი სამუშაო ძალა, დაბალი გადასახადები, მარტივი პროცედურები და შესაბამისად, იაფი მომსახურება. აღნიშნული კიდევ უფრო მნიშვნელოვანი გახდება პოსტ-პანდემიურ პერიოდში, რადგან საავიაციო ბიზნესის დღის წესრიგში დადგება საოპერაციო ხარჯების მაქსიმალურად შემცირება და ინდუსტრიის ხელახლა ამუშავება.

საქართველოს ოპტიმალური ადგილმდებარეობა აქვს MRO ცენტრისთვის, რადგან მას შეუძლია პასუხი გასცეს იმ გამოწვევებს, რომლებსაც აწყდებიან სერვისის მიმწოდებლები, კერძოდ, ევროპაში MRO მომსახურების სიძვირე და აზიამდე ფრენის ხანგრძლივობა. ამასთან, ინვესტორებს შესთავაზოს წვდომა (2-4 საათიანი ფრენა) აღმოსავლეთ ევროპის, დსთ-ს და ახლო აღმოსავლეთის რეგიონის ქვეყნებთან.

საავიაციო ნაწილების წარმოების და MRO პოტენციალი საქართველოში განპირობებულია შემდეგი კონკურენტული უპირატესობებითა და ტენდენციებით:

* საქართველოს აქვს თავისუფალი ვაჭრობის შეთანხმებები იმ დიდ ბაზრებთან (ქვეყნებთან), სადაც ხდება საბოლოო პროდუქტის აწყობა/დამზადება;
* ქვეყანა საერთაშორისო კომპანიებს სთავაზობს კონკურენტული ფასის კვალიფიციურ სამუშაო ძალას;
* ცენტრალური და აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნებში სამუშაო ძალის ხელფასების ზრდის გამო, აღნიშნულ სექტორებში მოღვაწე მწარმოებელი კომპანიები იცვლიან ლოკაციებს და ინვესტიციების განსახორციელებლად არჩევენ ახალ ქვეყნებს;
* ელექტროენერგიის ხარჯი შეადგენს 0.07 აშშ დოლარს ინდუსტრიული მიზნებისათვის, რაც კონკურენტ ქვეყნებთან შედარებით საკმაოდ დაბალი მაჩვენებელია;
* საქართველოს აქვს ლიბერალური საგადასახადო გარემო და ქვეყანაში მოქმედებს საგადასახადო მოდელი, რომლის მიხედვითაც გაუნაწილებელი მოგება გათავისუფლებულია მოგების გადასახადისაგან. ამასთან, საქართველოს აქვს ოთხი თავისუფალი ინდუსტრიული ზონა. თავისუფალ ინდუსტრიულ ზონაში განთავსებული საწარმო საექსპორტო პროდუქციის წარმოების შემთხვევაში გათავისუფლებულია გადასახადებისგან.

ფარმაცევტული პროდუქტების წარმოება

ფარმაცევტული ინდუსტრია პასუხისმგებელია მედიკამენტების კვლევაზე, განვითარებაზე, წარმოებაზე და განაწილებაზე. ბოლო ორი ათწლეულის განმავლობაში ბაზარმა მნიშვნელოვანი ზრდა განიცადა და 2019 წელს ფარმაცევტულმა შემოსავლებმა 1,25 ტრილიონი აშშ დოლარი შეადგინა.

2019 წელს ფარმაცევტული პროდუქტის ექსპორტის ღირებულებამ 617 მილიარდი აშშ დოლარი შეადგინა, რაც წინა წლის ანალოგიურ მაჩვენებელთან შედარებით 5.1%-იან ზრდას წარმოადგენს. გასული წლების მსგავსად, 2019 წელს გერმანია, შვეიცარია და ამერიკის შეერთებული შტატები მსოფლიოს უმსხვილეს ექსპორტიორებად დარჩნენ. მთლიანობაში, ტოპ ათეულის წილმა მსოფლიო ბაზრის 77.2% შეადგინა.

ქვემოთ მოცემულ ცხრილში ნაჩვენებია ფარმაცევტული პროდუქტის ტოპ 10 ექსპორტიორი ქვეყანა (ღირებულების მიხედვით):

ცხრილი #7:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ქვეყანა | ექსპორტის მოცულობა, 2019 (მლრდ აშშ დოლარი) | პროცენტული წილი |
| გერმანია |  90.4  | 14.6% |
| შვეიცარია |  83.0  | 13.5% |
| აშშ |  53.6  | 8.7% |
| ირლანდია |  53.4  | 8.6% |
| ბელგია |  52.7  | 8.5% |
| საფრანგეთი |  35.6  | 5.8% |
| იტალია |  33.6  | 5.4% |
| ჰოლანდია |  30.1  | 4.9% |
| დიდი ბრიტანეთი |  27.1  | 4.4% |
| დანია |  17.5  | 2.8% |

*წყარო: Trademap*

fDi Markets– ის ცნობით, გლობალური ფარმაცევტული სექტორი სტაბილურად იზრდებოდა 2015 წლის იანვრიდან 2019 წლის დეკემბრამდე.

2015 წელს დაფიქსირდა 234 ახალი საინვესტიციო პროექტი ფარმაცევტული პროდუქტების წარმოების მიმართულებით, რომელთა რიცხვი 2019 წლისთვის 313-მდე გაიზარდა, რაც ყველაზე მაღალი მაჩვენებელია 2003 წლიდან(როდესაც fDi Markets-მა დაიწყო მონაცემების აღწერა). ამ პერიოდში ასევე გაიზარდა კაპიტალური ინვესტიციები 9%-ით და შექმნილი სამუშაო ადგილების რაოდენობა 36.8%-ით.

ცხრილი #8:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| წელი | პროექტების რაოდენობა | კაპიტალური ინვესტიციის მოცულობა (მლნ აშშ დოლარი) | შექმნილი სამუშაო ადგილები | სამუშაო ადგილები საშუალოდ ერთ პროექტზე  | კომპანიების რაოდენობა |
| 2020 | 150 | 4,819.4 | 12,190 | 81 | 122 |
| 2019 | 313 | 10,326.4 | 32,178 | 102 | 227 |
| 2018 | 298 | 9,420.9 | 29,410 | 98 | 213 |
| 2017 | 272 | 9,457.4 | 24,053 | 88 | 199 |
| 2016 | 236 | 7,913.6 | 21,264 | 90 | 167 |
| 2015 | 234 | 9,497.0 | 23,516 | 100 | 160 |

*წყარო: FDI Market*

2015-2020 წლის განმავლობაში დასავლეთ ევროპამ მიიღო ფარმაცევტულ სექტორში გლობალური ინვესტიციების მოცულობის მესამედზე მეტი, 37.4%. შემდეგ მოდის აზია-წყნარი ოკეანე 20.3%-ით და ჩრდილოეთ ამერიკა 18%-ით.

აღნიშნულ პერიოდში დასავლეთ ევროპაში ინვესტიციების მთავარი მიმღები იყო დიდი ბრიტანეთი, რომელიც მოიზიდა პირდაპირი უცხოური ინვესტიციის პროექტების 23% , შემდეგ მოდის გერმანია 17% და საფრანგეთი 9%. დიდ ბრიტანეთში დაფუძნებული GlaxoSmithKline იყო ყველაზე მსხვილი საინვესტიციო კომპანია, რომელმაც შექმნა $2.01 მილიარდის ღირებულების 36 პროექტი, 4310 ახალი სამუშაო ადგილით 2015-2020 წლებში. AstraZeneca–მ, ამ პერიოდში პროექტების მეორე ყველაზე დიდი რაოდენობა - 23 პროექტში განახორციელა ინვესტიცია, ხოლო გერმანული Merck-მა და ამერიკულმა Pfizer–მა მესამე ადგილი დაიკავეს, თითოეულმა 20-20 ახალი საინვესტიციო პროექტით. თუმცა, 2020 წელს ფარმაცევტული გიგანტების მიერ განხორციელებულმა ინვესტიციებმა მნიშვნელოვნად იკლო, რაც რა თქმა უნდა პანდემიით გამოწვეული შეფერხებაა (წყარო: FDI market).

ფარმაცევტული კომპანიები ცდილობენ მთავარი როლი შეასრულონ ჯანდაცვის ღირებულებათა ჯაჭვის პრობლემების აღმოფხვრაში. კომპანიები ამუშავებენ სხვადასხვა ინიციატივას ახალი თერაპიის შემუშავების და განვითარებადი ქვეყნების ჯანდაცვის მოთხოვნების შესასრულებლად. უფრო მეტიც, ფარმაცევტული კომპანიების და კონტრაქტის საფუძველზე მწარმოებელი ორგანიზაციების (Contract Manufacturing Organizations CMO) მიერ განხორციელებული უწყვეტი ინვესტიციები საწარმოო ობიექტების გაფართოების მიზნით, სავარაუდოდ, ხელს შეუწყობს ფარმაცევტული წარმოების ბაზრის კიდევ უფრო ზრდას.

ერთ-ერთ სწრაფად მზარდ ბაზარს წარმოადგენს ფარმაცევტული ხელშეკრულების განვითარების და წარმოების (Contract Development and Manufacturing Organization CDMO) ბაზარი, რომელიც 2019 წელს 148.5 მილიარდი აშშ დოლარად იყო შეფასებული, ხოლო 2025 წლისთვის, 7%-იანი CAGR ზრდის ტემპით 224,9 მილიარდ დოლარს მიაღწევს (წყარო: Pharmaceutical Contract Development and Manufacturing Organization (CDMO) Market - Growth, Trends, Forecasts 2020 - 2025). ბოლო წლების განმავლობაში წამლის წამყვანმა მწარმოებლებმა აქტიურად დაიწყეს R&D-ის და წარმოების მომსახურების აუთსორსინგი. ღირებულებათა ჯაჭვში გაზრდილი პროდუქტიულობისა და ეფექტურობის საჭიროებამ, ასევე მარეგულირებელი ორგანოების მხრიდან წამლის ფასების უწყვეტმა ზეწოლამ, აიძულა ფარმაცევტული კომპანიები უფრო მეტად დაეყრდნონ წამლის განვითარების აუთსორსინგის მიმართულებას. აუთსორსინგული წარმოება მინიმუმამდე ამცირებს წამლის განვითარების ხარჯებს, ზრდის წარმოების პროცედურების ეფექტურობას და ადვილად აკმაყოფილებს სხვადასხვა მარეგულირებელ ნორმებს. ზოგად და ბიოლოგიურ მედიკამენტებზე მზარდი მოთხოვნის, ბიზნესის ინტენსიური ხასიათისა და წარმოების რთული მოთხოვნების შედეგად, ბევრმა ფარმაცევტულმა კომპანიამ დაინახა პოტენციური მომგებიანობა კონტრაქტული წარმოების აუტსორსინგის მიმართულებით (contract manufacturing outsourcing CMO), როგორც კლინიკური, ასევე კომერციული ეტაპის წარმოებისას. ფარმაცევტულ ინდუსტრიაში CMO–ს ზრდის ყველაზე დიდი ფაქტორია მზარდი მოთხოვნილება თანამედროვე პროცესებისა და წარმოების ტექნოლოგიების მიმართ, რაც საკმაოდ ეფექტური აღმოჩნდა მარეგულირებლის მოთხოვნების დაკმაყოფილების პროცესშიც.

წლების განმავლობაში წამლის კვლევასა და განვითარების პროცესში მულტინაციონალური ფარმაცევტული და სიცოცხლის შემსწავლელი (Life Science) კომპანიების მნიშვნელოვანი ნაწილი ფოკუსირებული იყო განვითარებულ (mature) ბაზრებზე. თუმცა, ბოლო წლებში კომპანიებმა განვითარებად ქვეყნებსაც დაუთმეს მნიშნვლოვანი ყურადღება და კვლევების ნაწილი სწორედ მათი მიმართულებით დაიწყეს. განვითარებად ქვეყნებში ჯანდაცვის დაბალმა ხელმისაწვდომობამ, მოსახლეობის დიდმა რაოდენობამ, წამლებზე დიდმა მოთხოვნამ და სწრაფმა ეკონომიკურმა ზრდამ წაახალისა დასავლური კომპანიები აღნიშნულ ქვეყნებში შეექმნათ ახალი საწარმოები და ებრძოლათ ბაზრის წილის მოსაპოვებლად.

ბოლო წლების მანძილზე ფარმაცევტული კომპანიების R&D განყოფილებების ნაწილი, განსაკუთრებით მცირე მასშტაბით მოქმედი, შთანთქმული იქნა საკონტრაქტო კვლევითი ორგანიზაციების (CRO) მიერ. CRO-ები აქტიურად იყენებენ თავიანთ ექსპერტიზას და R&D შესაძლებლობებს, რათა შეავსონ დიდი ფარმაცევტული და ბიოტექნოლოგიური კომპანიების საჭიროებები კლინიკური კვლევების მიმართულებით. CRO–ს ბაზარზე ყველაზე მაღალი ზრდა მოსალოდნელია აზიასა და წყნარი ოკეანის რეგიონში, რაც რეგიონის მიერ შემოთავაზებული დაბალი ღირებულებით არის განპირობებული. გარდა ამისა, ქრონიკული და ცხოვრების წესიდან გამომდინარე დაავადებების, როგორიცაა, დიაბეტისა და გულის დაავადებების მზარდი შემთხვევები, პაციენტთა აყვანის სიმარტივე და კლინიკური კვლევებისთვის ექსპერტიზის არსებობა, მამოძრავებელი ფაქტორია ამ რეგიონის ზრდისთვის (წყარო: Pharmaceutical Contract Development and Manufacturing Organization (CDMO) Market - Growth, Trends, Forecasts 2020 - 2025).

COVID-19 პანდემიამ მნიშვნელოვნი ზეგავლენა იქონია ჯანდაცვის ბაზარზე და ფარმაცევტულ ინდუსტრიაზე. გამოიკვეთა, რომ CMO/CDMO მომსახურების სექტორს განსაკუთრებული ადგილი უჭირავს მიმდინარე იმ გამოწვევების გადასაჭრელად, რომლებსაც წამლის შემქმნელები აწყდებიან COVID-19 პანდემიის ფონზე. პანდემიამ გავლენა მოახდინა ბიოფარმა ინდუსტრიის სხვადასხვა ასპექტზე, ისეთებზე როგორიცაა წამლების განვითარება, კლინიკური კვლევები, წარმოება, მიწოდების ჯაჭვი და ლოგისტიკა.

COVID-19 შეიძლება ჩაითვალოს ფარმაცევტული ინდუსტრიის საუკუნის შესაძლებლობადაც, რადგან ეს ზრდის მოთხოვნას გამოწერილ წამლებზე (prescription medicines), ვაქცინებზე და სამედიცინო მოწყობილობებზე. ამასთან, პოტენციური მოკლევადიანი და გრძელვადიანი ზეგავლენის სფეროები შემდეგნაირად შესაძლოა დაჯგუფდეს: ჯანმრთელობისა და ფარმაცევტულ ბაზარზე COVID-19-ის მოკლევადიან ზემოქმედებაში შედის მოთხოვნის ცვლილება, მიწოდების დეფიციტი, წამლების პანიკური ყიდვა და შენახვა, ცვლილებები რეგულაციებში, კვლევისა და განვითარების (R&D) პროცესის ცვლილებები. წამლის დამტკიცების შეფერხებები, ფარმაცევტული წარმოების მიწოდების ჯაჭვში თვითკმარობისკენ (self-sufficiency) მიდრეკილება, ინდუსტრიის ზრდის შენელება და მოხმარების შესაძლო ტენდენციის ცვლილება შეიძლება ჩაითვალოს COVID-19-ის გრძელვადიან გავლენად.

COVID-19- ის გავლენის სფეროები, რამაც შეიძლება შეცვალოს ბიოფარმა ინდუსტრია:

* ფოკუსირება ვაქცინებსა და პრევენციულ ღონისძიებებზე: მოსალოდნელია, რომ კომპანიები უფრო მეტ ყურადღებას გაამახვილებენ ადრეული გამოვლენისა და პროფილაქტიკურ ღონისძიებებზე. შესაბამისად, ზოგიერთი დაავადების გაჩენა შეიძლება შეფერხდეს ან საერთოდ თავიდან იქნას აცილებული. პანდემიისგან ნასწავლმა გაკვეთილმა შეიძლება გამოიწვიოს R&D ინვესტიციების გადატანა უფრო მეტად ინფექციური დაავადებების პროფილაქტიკაზე.
* ხელოვნური ინტელექტის (AI) გამოყენება: ხელოვნური ინტელექტის (AI) აქტიურად გამოყენება ხელს შეუწყობს მონაცემების სწრაფ მოპოვებას, კვლევის მონაცემების უფრო ეფექტურად გაანალიზებას და წამლის აღმოჩენის დაჩქარებას.
* ციფრული კლინიკური კვლევები: ვირუსის პოტენციური ზემოქმედების შეზღუდვის აუცილებლობამ წინა პლანზე წამოწია ციფრული კლინიკური კვლევების იდეა. კლინიკური კვლევის გარკვეული ეტაპები შეიძლება გაკეთდეს დისტანციურად, ციფრული მოწყობილობებისა და ინტერნეტის გამოყენებით. ციფრულმა კლინიკურმა კვლევებმა შეიძლება უზრუნველყოს პოტენციური კანდიდატი ჯგუფების გაფართოვება, პაციენტებისთვის მოხერხებულობის ზრდა და უფრო ეფექტური გამოკვლევები.
* მარეგულირებელი ორგანოების მოქნილობა: ფარმაცევტული კომპანიების წინაშე დგას მთელი რიგი პოლიტიკური და მარეგულირებელი საკითხები, რომელიც გავლენას ახდენს წამლის ბაზარზე შემოტანის ტემპზე, მიწოდების ჯაჭვსა და უსაფრთხოებაზე, გადასახადებსა და საფასო პოლიტიკაზე. პანდემიამ დღის წესრიგში დააყენა გარკვეული წესების ცვლილება, რის შედეგადაც უფრო მოქნილი უნდა გახდეს სხვადასხვა მარეგულირებელი სააგენტო, მათ შორის აშშ-ს სურსათისა და წამლის ადმინისტრაცია (FDA), მედიკამენტების ევროპული სააგენტო (EMA) და ა.შ.

საქართველოს ფარმაცევტული სექტორი ისტორიულად ერთ-ერთ ყველაზე კარგად განვითარებულ ინდუსტრიას წარმოადგენს, რომელსაც არსებული გამოწვევების მიუხედავად ზრდის დადებითი დინამიკა აქვს. ქართული ფარმაცევტული ინდუსტრია აერთიანებს რამდენიმე ქვესექტორს ან ჯგუფს, რომელთაგან თითოეული სხვადასხვა ტიპისა და კატეგორიის პროდუქციას აწარმოებს. ფარმაცევტული წარმოების ფართო სექტორში შეგვიძლია გამოვყოთ ფაგების წარმოება და გენერიკების, ანტიბიოტიკების და სხვა ფარმაცევტული პროდუქტების წარმოება, როგორც ორი ყველაზე მსხვილი ქვე-სექტორი.

საქართველოში ფაგების წარმოება სათავეს 1930-იანი წლებიდან იღებს, როდესაც საქართველო ერთ-ერთი პიონერი ქვეყანა იყო ბაქტერიოფაგების კვლევების და განვითარების მიმართულებით. მიუხედავად არაერთი სკეპტიკური დამოკიდებულებისა ფაგებით მკურნალობის მიმართ, ბაქტერიული ინფექციების სამკურნალოდ ბოლო პერიოდში აღნიშნული სექტორის მიმართ მსოფლიო ინტერესი მზარდია. ქართულ ბაზარზე ბაქტერიოფაგების სამი მთავარი მწარმოებელია - ბიოქიმფარმი, ბიოფარმი-L და ბაქტერიოფაგის ბიოპრეპარატები (Eliava Biopreperations), რომელთაგან ბიოქიმფარმი უდიდესი მწარმოებელია, დანარჩენი გაყიდვები მოდის ბიოფარმი-L და ბაქტერიოფაგის ბიოპრეპარატებზე (წყარო: Pharmaceutical Production Cluster Diagnostic Study in Tbilisi, UNIDO).

ფარმაცევტული წარმოების ნებართვა გააჩნია 70-მდე ფარმაცევტულ საწარმოს. საქართველოში ფარმაცევტული პროდუქტების და მასალების წარმოება ზრდა დადებითი დინამიკით ხასიათდება. კომპანიების მიერ წარმოებული პროდუქცია განთავსებულია როგორც ადგილობრივ ბაზარზე, ასევე მედიკამენტების ექსპორტი ხორციელდება მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყანაში. წარმოებული და საექსპორტო პროდუქციის 80%-ზე მეტი სექტორის ოთხ საწარმოზე მოდის. მათ შორის არის ავერსი, ჯი ემ პი, აბიფარმი და ბიოფარმი.

ფარმაცევტული სექტორის გამოშვება სტაბილურად იზრდება ბოლო ოთხი წლის განმავლობაში და 2019 წელს 91 მილიონი აშშ დოლარი შეადგინა. ასევე მზარდი ტენდენციით ხასიათდება ფარმაცევტული პროდუქტების ექსპორტი. 2017 წლიდან იგი 20%-ით გაიზარდა და 2019 წელს 182 მლნ აშშ დოლარი შეადგინა. 2019 წელს წმინდა ექსპორტმა 15 მლნ. აშშ დოლარი შეადგინა, ხოლო რეექსპორტმა, შესაბამისად, 167 მლნ. აშშ დოლარი და მთლიანი ექსპორტის - 91.7%.

ფარმაცევტული პროდუქტები მთლიანი ექსპორტის მეხუთე ყველაზე დიდი საექსპორტო კატეგორიაა და დაახლოებით 5%-ს შეადგენს. ტოპ საექსპორტო ქვეყნებს - უზბეკეთი, აზერბაიჯანი, უკრაინა და ყირგიზეთი წარმოადგენს. საექსპორტო პროდუქციას წარმოადგენს პროვიტამინები და ვიტამინები, ანტიბიოტიკები, როგორც დაუფასოებელი ასევე, დაფასოებული სამკურნალო საშუალებები, და სხვა დანარჩენი ფარმაცევტული პროდუქცია.

2014-2019 წლებში საქართველოში ფარმაცევტული პროდუქტის იმპორტი, ექსპორტი და გამოშვება მილიონ აშშ დოლარში მოცემულია დიაგრამაზე #26.

დიაგრამა#26:

*წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური*

ამასთან აღსანიშნავია, რომ 2014-2019 წლებში ფარმაცევტული პროდუქციის ექსპორტი მსოფლიოში 24 პროცენტით გაიზარდა, ხოლო საქართველომ იმავე წლებში 74 პროცენტიანი ზრდა აჩვენა, რაც მიუთითებს საქართველოს ფარმაცევტული ინდუსტრიის კონკურენტუნარიანობაზე (წყარო: Pharmaceutical Production Cluster Diagnostic Study in Tbilisi, UNIDO).

საქართველოს გააჩნია საკმაოდ კონკურენტული გარემო და დიდი პოტენციალი კლინიკური კვლევების მიმართულებით. კლინიკური კვლევის დამტკიცების პროცედურის უმოკლესი ვადები და გამარტივებულია პროცედურები, ასევე მაღალკვალიფიციური სამედიცინო პერსონალი, საერთაშორისო CRO კომპანიებს საშუალებას აძლევს მარტივად დაიწყონ წამლის კლინიკური კვლევის ეტაპები. აქტიური თანამშრომლობა საგანმანათლებლო და კვლევით ინსტიტუტებთან კი უზრუნველყოფს კლინიკური კვლევების მაღალ ხარისხს. ამჟამად საქართველოში სხვადასხვა ეტაპის 150 – მდე კლინიკური კვლევა მიმდინარეობს.

ამ ეტაპზე საქართველოს ფარმაცევტული ბაზრის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანეს გამოწვევას წარმოადგენს კარგი საწარმოო პრაქტიკის - GMP სტანდარტის სავალდებულოდ დანერგვა. საქართველოს მიერ აღიარებულია შემდეგი GMP სტანდარტები: ჯანმრთელობის მსოფლიო ორგანიზაციის მიერ რეკომენდებული GMP-ის სტანდარტი (WHO GMP); ევროკომისიის მიერ აღიარებული GMP-ის სტანდარტი (European Commission – EC GMP) (აღნიშნული სტანდარტი საქართველოს წარმოების ნაციონალურ სტანდარტად არის განსაზღვრული); ამერიკის შეერთებული შტატების საკვებისა და წამლების ადმინისტრაციის მიერ აღიარებული GMP-ის სტანდარტი (Food and Drug Administration – FDA Current GMP) და ფარმაცევტულ ინსპექციათა თანამშრომლობის მიერ აღიარებული GMP-ის სტანდარტი (Pharmaceutical Inspection Co-operation Scheme – PIC/S GMP).

2019 წლის 1 ივლისიდან, ადგილობრივი ფარმაცევტული წარმოების ნებართვა ან დამატებითი საქმიანობისთვის ნებართვა გაიცემა მხოლოდ საწარმოს საქართველოს ნაციონალური GMP-ის (კარგი საწარმოო პრაქტიკის) სტანდარტისადმი შესაბამისობის დადგენისა და შესაბამისობის დადასტურების შემთხვევაში. ამასთან, ფარმაცევტული წარმოების ნებართვის მფლობელებმა, საქართველოს ნაციონალური GMP-ის (კარგი საწარმოო პრაქტიკის) სტანდარტით წარმოება უნდა უზრუნველყონ 2022 წლის 1 იანვრიდან.

საქართველოს ფარმაცევტულ ინდუსტრიას საერთაშორისო პარტნიორული გამოცდილება აქვს ევროპის ისეთ წამყვან კომპანიებთან, როგორიცაა La Roche, Lallemand Pharma, Welt Pharma, Reig Jofre, Kern Pharma, BIOBERICA S.A. და UAS Laboratories, რაც დამატებით მიუთითებს ქართული კომპანიების მუშაობის საერთაშორისო სტანდარტებზე და კონტრაქტული წარმოების განვითარების პოტენციალზე.

გლობალური ტენდენციების, საქართველოში ფარმაცევტულ სექტორში არსებული მსხვილი მოთამაშეების და უცხოურ წამყვან კომპანიებთან წარმატებული თანამშრომლობის პრეცედენტებზე დაყრდნობით, ასევე ქვეყნის კონკურენტული უპირატესობებიდან გამომდინარე, ფარმაცევტული მიმართულება ერთ-ერთ პრიორიტეტულ სექტორად იქნა შერჩეული პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოსაზიდად.

GMP სტანდარტის სავალდებულოდ დანერგვამდე და ამუშავებამდე ქართული წარმოების მედიკამენტებისთვის ევროპულ ბაზარზე შესვლა უფრო გრძელვადიან პერსპექტივას წარმოადგენს, თუმცა დსთ და რეგიონული ბაზრის კიდევ უფრო მეტად ათვისება მოკლევადიან პერიოდში ფარმაცევტული ინდუსტრიის ზრდის რეალური შესაძლებლობაა. გენერიკული მედიკამენტების წარმოება უცხოელ პარტნიორებთან ერთად და ე.წ. joint venture-ების ჩამოყალიბება სექტორის უფრო მეტად გაზრდას და ახალი ტექნოლოგიების და ცოდნის შემოტანას შეუწყობს ხელს. არსებული კვალიფიციური სამუშაო ძალის და კვლევითი ინსტიტუტების არსებობა, დამატებით ხაზს უსვამს სექტორის განვითარების რეალურ პერსპექტივებს.

ასევე, გლობალურად მზარდი ტენდენციებიდან გამომდინარე, საქართველოს ფარმაცევტულ ბაზარზე არსებული მსხვილი მოთამაშეებისთვის საექსპორტო ბაზრების გაფართოების პოტენციალს კონტრაქტული წარმოების (Contract Manufacturing Organizations CMO) ჯაჭვში მოხვედრა წარმოადგენს.

ტანსაცმლის და ფეხსაცმლის წარმოება

გასული ათწლეულის განმავლობაში ინდუსტრიის ზრდა დიდწილად განაპირობა ტანსაცმელზე გაზრდილმა მოთხოვნამ, ხოლო ნედლეულისა და სამუშაო ძალის მზარდმა ფასებმა წარმოების გეოგრაფიული არეალის ცვლილებას და გაფართოებას შეუწყო ხელი. ყოველივე ზემოთაღნიშნულმა, წამყვან მწარმოებელ კომპანიებს უბიძგა წარმოება განვითარებული ეკონომიკებიდან განვითარებადი ეკონომიკებისკენ გადაეტანათ, რამაც მნიშვნელოვნად შეამცირა წარმოების ხარჯები, შეამცირა ტანსაცმლის საერთო ფასი და გახადა ტანსაცმლის პროდუქტები უფრო ხელმისაწვდომი.

მსოფლიო სავაჭრო ორგანიზაციის (WTO) მიერ გამოქვეყნებული „World Trade Statistical Review 2020“ მიმოხილვის თანახმად, მსოფლიო ტანსაცმლის ექსპორტის ღირებულებამ 2019 წელს შეადგინა 492 მილიარდი აშშ დოლარი. აღნიშნული მაჩვენებელი წინა წლის ანალოგიურ მაჩვენებელთან შედარებით 2.6%-ით შემცირდა, თუმცა აღნიშნული ძირითადად განპირორბებული იყო აშშ-ჩინეთს შორის სავაჭრო დაპირისპირებითა და ბრექსიტთან დაკავშირებული გაურკვევლობით.

2019 წელს ჩინეთი, ევროკავშირი (EU 28), ბანგლადეში და ვიეტნამი მსოფლიოს უმსხვილეს ექსპორტიორებად დარჩნენ. მთლიანობაში, ტოპ ოთხეულის წილმა მსოფლიო ბაზრის 74% შეადგინა.

2019 წელს მომხმარებელთა მსყიდველუნარიანობის და მოსახლეობის ზომის გათვალისწინებით ევროკავშირი, ამერიკის შეერთებული შტატები და იაპონია წარმოადგენდნენ ტანსაცმლის სამ წამყვან იმპორტიორ ქვეყანას. საერთო ჯამში, ამ სამეულმა 2019 წელს მსოფლიო ტანსაცმლის 58.1%-ის იმპორტი განახორციელა.

იქედან გამომდინარე, რომ საფეიქრო ნაწარმზე მოთხოვნა დამოკიდებულია მოსახლეობის შემოსავლებსა და ეკონომიკურ კეთილდღეობაზე, პანდემიის შედეგად გამოწვეულმა ეკონომიკურიმა კრიზისმა ძლიერი ზეგავლენა იქონია ტანსაცმლის სექტორზე, თუმცა 2020 წლის მესამე კვარტალში დაფიქსირდა გაუმჯობესების ტენდენცია. კერძოდ, თუკი მეორე კვარტალში ტანსაცმლის გლობალური წარმოება გასული წლის ანალოგიურ პერიოდთან შედარებით 23.3%-ით შემცირდა, მესამე კვარტალში აღნიშნულმა მაჩვენებლმა მხოლოდ 11.4% შეადგინა. ამასთან, მესამე კვარტალში წინა კვარტალთან შედარებით წარმოება 15.8%-ით გაიზარდა (წყარო: გაეროს ინდუსტრიული განვითარების ორგანზიაცია, UNIDO).

ბოლო ათწლეულის განმავლობაში ფეხსაცმლის წარმოება 21.2%-ით გაიზარდა 2.2%-იანი საშუალო წლიური ზრდის ტემპით. 2019 წელს ინდუსტრიის ზრდა შენელდა, თუმცა მაინც დადებითი დინამიკით ხასიათდებოდა და ზრდის მაჩვენებელმა 0.6% შეადგინა, რითაც 2019 წელს წარმოების ახალ ისტორიულ მაქსიმუმს მიაღწია 24.3 მილიარდი წარმოებული ფეხსაცმლით. რაც შეეხება ფეხსაცმლის ექსპორტს, 2019 წელს იგი 0.1%-ით გაიზარდა, ხოლო უკანასკნელი 10 წლის განმავლობაში გლობალური ექსპორტის მოცულობა და ღირებულება გაიზარდა 10.6% და 59.1%-ით შესაბამისად (World Footwear Yearbook 2020, APICCAPS). თუმცა, წარმოების გეოგრაფიული გადანაწილების თვალსაზრისით, სექტორი კვლავაც ძლიერ არის კონცენტრირებული აზიაში (სადაც წარმოებული 10 წყვილი ფეხსაცმლიდან თითქმის 9 მზადდება).

2020 წელს ფეხსაცმელების მსოფლიო ბაზრის ზომა 365.5 მილიარდ აშშ დოლარს შეადგენს და პროგნოზის მიხედვით 2020-2027 წლებში ფეხსაცმელების მსოფლიო ბაზრის ნაერთმა წლიურმა ზრდის ტემპმა (CAGR) 5.5% უნდა შეადგინოს, რაც 2027 წლისთვის 530.3 მილიარდი აშშ დოლარის შემოსავალს უზრუნველყოფს. ფეხსაცმლის მოხმარების ზრდის ტენდენცია მოსახლეობაში ჯანსაღი ცხოვრებისა და ფიზიკური აქტივობის შესახებ ცნობიერების ამაღლების შედეგს წარმოადგენს (Allied Market Research, “[Footwear Market](https://www.alliedmarketresearch.com/footwear-market)by Type, Material, End User and Distribution Channel: Global Opportunity Analysis and Industry Forecast, 2020 - 2027”) .

FDI Market 2020 წლის მონაცემებზე დაყრდნობით 2003-2019 წლებში განხორციელებული პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები კომპანიების, პროექტების და შექმნილი სამუშაო ადგილების მიხედვით მოცემულია ცხრილში #11.

ცხრილი #9

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| სექტორი | პროექტების რაოდენობა | კაპიტალური ინვესტიციის მოცულობა (მლნ აშშ დოლარი) | შექმნილი სამუშაო ადგილები | სამუშაო ადგილები საშუალოდ ერთ პროექტზე  | კომპანიების რაოდენობა |
| ტანსაცმლის წარმოება | 1,697 | 34,985 | 599,351 | 353 | 955 |
| ფეხსაცმლის წარმოება | 323 | 8,383 | 200,246 | 619 | 210 |
| სულ | 2,020 | 43,368 | 799,597 | 972 | 1,165 |

*წყარო: FDI Market*

პანდემიამდე პერიოდში საერთაშორისო ბრენდები ხარჯების ოპტიმიზაციის მიზნით აქტიურად ეძებდნენ ახალ გეოგრაფიულ არეალებს საწარმოო პროცესების გადასატანად. აგრეთვე, სექტორის შრომით ინტენსიურობიდან გამომდინარე, აღმოსავლეთ ევროპაში არსებულ საწარმოებს უჭირდათ დამატებითი დაკვეთების აღება უმუშევრობის დაბალი დონით განპირობებული კადრების სიმცირიდან გამომდინარე. გარდა ამისა, აშშ-ჩინეთის სავაჭრო ომის ფონზე დაწესებული ტარიფებისა და გაზრდილი ხარჯების ფონზე უკვე 2019 წელს კომპანიებმა დაიწყეს წარმოების გადატანა ჩინეთიდან სხვა ქვეყნებში. ორგანზიაცია QIMA-ს (Quality control & supply chain audits organization) მიერ ჩატარებული კვლევის ფარგლებში გამოკითხული ამერიკული კომპანიების 80%-მა და ევროპული კომპანიების 67%-მა უკვე 2019 წელს დაიწყო ან განიხილავდა წარმოების გადატანას ჩინეთიდან. ამასთან, თუკი ამერიკული კომპანიები წარმოების დივერსიფიცირებისთვის ირჩევენ სამხრეთ აზიის ქვეყნებს, ევროპული კომპანიებისთვის ასევე მნიშვნელოვანი ხდება ე.წ. Near shoring. პანდემიის შედეგად მიწოდების ჯაჭვში გამოწვეული შეფერხებებიდან გამომდინარე, კიდევ უფრო იზრდება შესაძლებლობა, გარკვეულმა კომპანიებმა განიხილონ წარმოების ერთ-ერთი ჯაჭვის ევროპასთან ახლოს გადატანაზე.

გამომდინარე იქიდან, რომ ტანსაცმლისა და ფეხსაცმლის წარმოება გამოირჩევა დასაქმების მაღალი მაჩვენებლით და ძირითად შემთხვევაში ორიენტირებულია ექსპორტზე, ხსენებული სექტორი წარმოადგენს ერთ-ერთ მიმზიდველ მიმართულებას პირდაპირი უცხოური ინვესტიციის მოზიდვის კუთხით.

საქართველოში საფეიქრო პროდუქციის წარმოების მიმართულებით მრავალი ათწლეულის მანძილზე დაგროვდა ისტორიული ცოდნა და გამოცდილება. განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია, რომ ბოლო ათწლეულის მანძილზე სექტორმა განიცადა ტრანსფორმაცია და საქართველოში დაიწყო ცნობილი ბრენდების ტანსაცმლის წარმოება. ბოლო ათწლეულის განმავლობაში სექტორში დასაქმებულთა რაოდენობა თითქმის გაორმაგდა და 7500 ადამიანს გადააჭარბა. ქვეყანაში არსებობს ფეხსაცმელების და ტანსაცმლის მწარმოებელთა აგლომერაცია 3 გეოგრაფიულ არეალში: აჭარის რეგიონი, იმერეთის რეგიონი და ქ. თბილისი.

ამჟამად, საქართველოში არსებული საწარმოების მიერ საერთაშორისო ბრენდებისთვის დაკვეთის შესრულება შემოიფარგლება ე.წ. „CMT“ პროცესით (“Cut-Make-Trim”), რაც გულისხმობს თარგის გამოჭრას და ტანსაცმლის შეკერვას. „CMT“ პროცესისას სამკერვალო ქარხანა ნედლეულს (ნაჭერს) იღებს დამკვეთი ბრენდისგან, კერავს პროდუქციას და აწვდის დამკვეთს. თუმცა, ქვეყანას აქვს პოტენციალი წარმოების ღირებულებათა ჯაჭვში ინტეგრირდეს სხვა მაღალი ღირებულების შემქმნელ საფეხურებზე, მაგალითად ორიგინალი მასალის მწარმოებელ საფეხურზე (OEM - Original Equipment Manufacturing). „OEM“ საფეხურზე, საწარმო პასუხისმგებელია ნედლეულის შესყიდვაზე, საბოლოო პროდუქციის შექმნაზე და მის მიწოდებაზე საბოლოო მომხმარებლისათვის. თუმცა აღსანიშნავია, რომ ისეთი ფუნქციები, როგორიცაა პროდუქციის დიზაინი და ბრენდირება, არის დამკვეთი უცხოური ბრენდის შიდა ძირითადი კომპეტენცია (Core Competence), რის აუთსორსინგსაც ნაკლებად ახდენენ კონტრაქტორ და ქვეკონტრაქტორ კომპანიებზე.

ტანსაცმლის და ფეხსაცმელების წარმოების პოტენციალი საქართველოში განპირობებულია შემდეგი კონკურენტული უპირატესობებითა და ტენდენციებით:

* საქართველოს აქვს თავისუფალი ვაჭრობის შეთანხმებები დიდ სამომხმარებლო ბაზრებთან, როგორიცაა ევროკავშირი და დსთ-ს რეგიონი
* ინვესტორისათვის გადაწყვეტილების მიღების მთავარი კრიტერიუმად სამუშაო ძალის არსებობა განისაზღვრება, რომელიც საქართველოში საკმაოდ კონკურენტულია ფასისა და კვალიფიკაციის თანაფარდობის თვალსაზრისით
* სტრატეგიული ადგილმდებარეობის გამო საქართველოში წარმოების შემთხვევაში ინვესტორებისთვის უპირატესობაა შეკვეთის შესრულების ნაკლები დრო (lead time), რაც მნიშვნელოვანია ე.წ “Fast Fashion” ინდუსტრიის პროდუქციის მოკლე სასიცოცხლო ციკლებიდან გამომდინარე
* საქართველოს აქვს საერთაშორისო ბრენდების ტანისამოსის წარმოების გამოცდილება

წარმოების სექტორში ინვესტიციების მოსაზიდად შემუშავებული მიდგომა

მნიშვნელოვანია, რომ წარმოების კუთხით პრიორიტეტულად იდენტიფიცირებული ოთხი მიმართულებიდან სამი (ავტონაწილები, საავიაციო ნაწილები, ელექტრონული და ელექტრული მოწყობილობების ნაწილები) ქვეყნისათვის საწარმოების შექმნის/გადმოტანის თვალსაზრისით ახალი მიმართულებებია. შესაბამისად, სექტორების მიხედვით ამჟამად ქვეყანაში მხოლოდ წარმატებული პროექტების ინდივიდუალური შემთხვევები არსებობს. ყოველივე ხსენებული მნიშვნელოვან გამოწვევას წარმოადგენს ამ სექტორებში პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების სწრაფად მოზიდვის კუთხით.

ქვეყანაში ელექტრონული და ელექტრული მოწყობილობების წარმოების მიმართულებით მოღვაწეობს ორი პირდაპირი უცხოური ინვესტიციით შექმნილი საწარმო - მზის პანელების და წყლის გამაცხელებლების საწარმო. მიუხედავად იმისა, რომ აღნიშნული სექტორი მნიშვნელოვნად არ არის განვითარებული, საქართველოს აქვს რამდენიმე ძირითადი კონკურენტული უპირატესობა, რაც მნიშვნელოვანია სექტორში ინვესტირების გადაწყვეტილების მიღებისას და ინვესტორებთან ურთიერთობისას აღნიშნულ უპირატესობებთან ერთად გამოყენებული იქნება უკვე არსებული წარმატების მაგალითები.

საავიაციო ნაწილების წარმოების სექტორის საინვესტიციო პოტენციალის პოპულარიზაციისას გასათვალისწინებელია, რომ ქვეყანაში უკვე არსებობს პირდაპირი უცხოური ინვესტიციით კომპოზიტური ნაწილების მწარმოებელი ქარხნის შექმნის და წარმატებულად ოპერირების ისტორია. შესაბამისად, ხსენებული მნიშვნელოვანი ფაქტორი იქნება პოტენციური ინვესტორებისათვის ქვეყნის მიმართ ნდობის შექმნისა და სექტორის პოტენციალის წარდგენის კუთხით. ამასთან, ხსენებული წარმატების ისტორიის მასშტაბურობა, საშუალებას იძლევა, კომუნიკაცია დავამყაროთ პოტენციური ინვესტორების უფრო ფართო სპექტრთან. ასევე, აღსანიშნავია MRO მიმართულების განვითარების პოტენციალი, რადგან საქართველოს შეუძლია ინვესტორებს შესთავაზოს დაბალი ოპერაციული ხარჯები და ოპტიმალური ადგილმდებარეობა, რაც ხანმოკლე ფრენებს განაპირობებს. აღნიშნული სექტორის პოტენციალის შესაფასებლად, სააგენტო გეგმავს თბილისის და/ან ქუთაისის აეროპორტის მიმდებარე ტერიტორიაზე MRO პროექტების განვითარების ტექნიკურ-ეკონომიკურ დასაბუთების (fesibility study) ჩატარებას.

ამ ეტაპისათვის, ქვეყანას არ გააჩნია მნიშვნელოვანი წარმატების ისტორია ავტონაწილების წარმოების სექტორში, თუმცა რამდენიმე უცხოური კომპანია განიხილავს ამ მიმართულებით ქვეყანაში ინვესტირებას. სააგენტოსთვის პრიორიტეტს წარმოადგენს უმოკლეს ვადებში ამ სექტორში პირველი პროექტების მოზიდვა, რათა მოხდეს ქვეყანაში პირველი წარმატებული საწარმოს ოპერირების პრეცენდენტის შექმნა, რაც თავის მხრივ დაეხმარება სააგენტოს მომდევნო ეტაპზე სხვა მწარმოებლებთან კომუნიკაციაში.

ფარმაცევტული პროდუქტების წარმოების გამოცდილების, კვალიფიციური სამუშაო ძალის და მულტინაციონალურ კომპანიებთან წარმატებული თანამშრომლობის პრეცედენტებზე დაყრდნობით, შესაძლებელია პოტენციური ინვესტორებისთვის მიმზიდველი საინვესტიციო შეთავაზების გაკეთება. თუმცა, ქართული წარმოების მედიკამენტებისთვის ევროპულ ბაზარზე შესვლა უფრო გრძელვადიან პერსპექტივას წარმოადგენს და ამჟამად, პრიორიტეტი მიენიჭება დსთ-ს და რეგიონული ბაზრით დაინტერესებულ კომპანიებს. ამასთან, ყურადღება დაეთმობა ქართულ და უცხოურ კომპანიებს შორის პარტნიორობის და შესაძლო ე.წ. joint venture-ების ჩამოყალიბებას, მათ შორის კონტრაქტული წარმოების მიმართულებით, რაც სექტორში ცოდნის და ტექნოლოგიების შემოტანას შეუწყობს ხელს. ასევე, პრიორიტეტი იქნება საქართველოში კლინიკური კვლევების მიმართულების უფრო მეტად განვითარება და CRO სექტორის კომპანიებთან პრო-აქტიური კომუნიკაცია.

ტანისამოსის და ფეხსაცმლის წარმოება საკმაოდ განვითარდა ბოლო ათწლეულის განმავლობაში და ამჟამად ქვეყანაში ფუნქციონირებს პირდაპირი უცხოური ინვესტიციით შექმნილი ათამდე საწარმო, რომელიც ძირითადად საექსპორტო ბაზრებისთვის ამზადებს პროდუქციას. სექტორის მეტად განვითარების მიზნით, ინვესტიციების მოზიდვისას აქცენტი გაკეთდება ორი ჯგუფის კომპანიებზე, კერძოდ: კომპანიებზე, რომლებიც აწარმოებენ რთულად შესაკერ პროდუქციას და შესაბამისად, მეტ დამატებით ღირებულებას ქმნიან ქვეყანაში - ასეთი პროდუქტების მაგალითია: პალტო, კაბა, პიჯაკი, პერანგი და ა.შ. ასევე, საშუალო და მაღალი კლასის ბრენდებების მწარმოებელ კომპანიებზე, რომლებიც იყენებენ ევროპულ ნედლეულს და შესაბამისად, კუმულაციური წარმოშობის კრიტერიუმებით წარმოშობის სერთიფიკატის მიღება შეუძლიათ.

სასტუმროების ინდუსტრია და ტურიზმთან დაკავშირებული ინფრასტრუქტურა

მოგზაურობისა და ტურიზმის სექტორი ერთ-ერთი ყველაზე მსხვილი და სწრაფად მზარდი დარგი იყო მთელი მსოფლიოს მასშტაბით ახალი კორონავირუსის გავრცელებამდე. 2019 წელს ამ დარგის მთლიანმა კონტრიბუციამ მსოფლიოს მშპ-ში 8.9 ტრილიონი აშშ დოლარი შეადგინა და ხელი შეუწყო 330 მილიონო სამუშაო ადგილის შექმნას. მაშინ როცა მსოფლიო ეკონომიკა წლიურად 2,5%-ით გაიზარდა, მოგზაურობისა და ტურიზმის ინდუსტრიაში 3,5%-იანი მატება დაფიქრისრდა. სექტორის მთლიანი წვლილი მსოფლიო ეკონომიკაში შემდეგია: მშპ-ის 10.3%, ერთი ადგილი ყოველი 10 სამუშაო ადგილიდან, 4,3% მთლიან განცორცილეებულ ინვესტიციებსა და 6.8% მსოფლიოს მთლიან ექსპორტში. აღსანიშნავია, რომ ბოლო ხუთი წლის განმავლობაში ახლად შექმნილი სამუშაო ადგილებიდან ყოველი მეოთხე მოგზაურობისა და ტურიზმის ინდუსტრიაში იქნება. 2019 წელს გლობალურად სასტუმროების ინდუსტრიამ 550 მილიარდი აშშ დოლარი შემოსავალი მიიღო, რაც რეკორდული მაჩვენებელია და წინა წელთან შედარებით 2.5% -ით მეტია.

პანდემიის გარცელებამდე, ტურიზმი უდიდს როლს ასრულებდა საქართველოს ეკონომიკის განვითარებაში და საერთაშორისო მოგზაურების დანახარჯები მნიშვნელოვან გავლენას ახდენდა ქვეყნის საგადამხდელო ბალანსზე გამომდინარე იქიდან, რომ სერვისების ექსპორტიდან მიღებული შემოსავლის დაახლოებით 71% ტურიზმზე მოდიოდა. ტურიზმის სექტორში შექმნილი დამატებული ღირებულება 2019 წელს 16,9%-ით გაიზარდა და 3.53 მილიარდი ლარი შეადგინა, რაც მშპ-ის 8.1% უტოლდება. ტურიზმიდან მიღებული შემოსავალიც მზარდი ტენდენციით გამოირჩევა და 3.27 მილიარდ აშშ დოლარს მიაღწია 2019 წელს (ზრდა 1.4%). ამავე წელს საერთაშორისო მოგზაურების მიერ უცხოური საგადასახადო ბარათებით განხორციელებულმა ოპერაციებში წინა წელთან შედარებით 25.8%-იანი ზრდა დაფიქსირდა და 2.69 მილიარდი ლარი შეადგინა.

აღსანიშნავია, რომ ყოველწლიურად იზრდებოდა საერთაშორისო მოგზაურების ვიზიტების რაოდენობა. 2019 წელს ამ რიცხვმა პირველად გადააჭარბა ცხრა მილიონს და რეკორდულ მაჩვენებელს 9.4 მილიონს გაუტოლდა.

**+7.8%**

*წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური*

2019 წელს საერთაშორისო ვიზიტორის ერთი ვიზიტის საშუალო ხანგრძლივობამ (საქართველოში გატარებული ღამეების საშუალო რაოდენობა) 4.1 ღამე შეადგინა, რის ფარგლებშიც თითოეულ ვიზიტზე საშუალო მთლიანმა დანახარჯმა 1.102 ლარს მიაღწია.

მიუხედავად იმისა, რომ 2019 წელს 2018 წელთან შედარებით ვიზიტის საშუალო ხანგრძლივობამ (საქართველოში გატარებული ღამეების საშუალო რაოდენობა) ერთი დღით იკლო, 7.3%-ით გაიზარდა საერთაშორისო ვიზიტორების მიერ განხორციელბულმა ვიზიტებმა, რამაც ჯამურად მნიშვნელოვნად გაზარდა საერთაშორისო ტურიზმიდან მიღებული შემოსავალი (2019 წ. – 8.5 მილიარდი ლარი).

მეზობელი ქვეყნებიდან შემოსულ ტურისტებთან შედარებით, ევროპის ქვეყნებიდან ჩამოსული ტურისტები გაცილებით მეტს ხარჯავენ და გამოირჩევიან ვიზიტების ხანგრძლივობით. ცენტრალური და აღმოსავლეთ ევროპელი ტურისტი ერთ ვიზიტზე საშუალოდ ხარჯავს 1,888 ლარს და საქართველოში ჩერდება საშუალოდ 7.7 ღამის განმავლობაში, ხოლო ევროპის სხვა ნაწილიდან ჩამოსული ტურისტი ხარჯავს საშუალოდ 2,337 ლარს და ქვეყანაში საშუალოდ 8.3 ღამეს ათენებს. აგრეთვე, საკმაოდ მაღალმხარჯველ კატეგორიას წარმოადგენენ ტურისტები ამერიკის შეერთებული შტატებიდან და სპარსეთის ყურის ქვეყნებიდან.

ცხრილი #10: საერთაშორისო ვიზიტორების წლიური ხარჯები და ქვეყანაში ყოფნის ხანგრძლივობა

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| წელი | მთლიანი ხარჯი(მლრდ. ლარი) | საშუალო ხარჯი ვიზიტზე (ლარი) | ხანგრძლივობა (საქართველოში გატარებული ღამეების საშუალო რაოდენობა) |
| 2015 | 4.058 | 772.1 | 3.4 |
| 2016 | 4.379 | 812.1 | 3.8 |
| 2017 | 5.761 | 888.7 | 4.3 |
| 2018 | 7.917 | 1099 | 4.2 |
| 2019 | 8.5 | 1102 | 4.1 |

*წყარო: საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია*

საერთაშორისო ვიზიტორთა მიერ ვიზიტების რაოდენობაში ყველაზე დიდი წილი უკავიათ მეზობელ ქვეყნებს. 2019 წლის ლიდერი ვიზიტების რაოდენობითა და რაოდენობრივი ზრდით აზერბაიჯანია. აზერბაიჯანიდან შემოსულმა საერთაშორისო ვიზიტორებმა 1,526,619 ვიზიტი განხორციელეს. აღსანიშნავია, რომ ევროკავშირის ქვეყნებიდან საერთაშორისო ვიზიტების რაოდენობამ 484,996 შეადგინა, რაც წინა წლებთან მიმართებაში რეკორდულ 21,9%-იან ზრდას გვიჩვენებს. ყველაზე მეტი ვიზიტით ევროკაშირის ქვეყენებიდან გერმანია 89,051 (+38%), პლონეთი 88,300 (+32%) და გაერთიანებული სამეფო 37,478 (+27%) ლიდერობენ.

ცხრილი #11: საერთაშორისო ვიზიტები, ტოპ 10 ქვეყანა, 2019 წელი

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | ქვეყანა | 2018 | 2019 | ცვლილება % |
| 1 | აზერბაიჯანი | 1,424,610 | 1,526,619 | 7.2% |
| 2 | რუსეთი | 1,404,757 | 1,471,558 | 4.8% |
| 3 | სომხეთი | 1,268,886 | 1,365,048 | 7.6% |
| 4 | თურქეთი | 1,098,555 | 1,156,513 | 5.3% |
| 5 | საქართველო (არარეზიდენტი) | 476,389 | 488,841 | 2.6% |
| 6 | უკრაინა | 177,058 | 207,667 | 17.3% |
| 7 | ისრაელი | 156,922 | 205,051 | 30.7% |
| 8 | ირანი | 291,070 | 141,997 | -51.2% |
| 9 | ყაზახეთი | 58,955 | 103,611 | 75.7% |
| 10 | გერმანია | 64,486 | 89,051 | 38.1% |

*წყარო: საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია*

2019 წელს მთლიანი დანახარჯების ყველაზე დიდი წილი სასმელსა და საკვებზე (27.5%), აგრეთვე განთავსების საშუალებებზე (23.7%) გადანაწილდა.

ცხრილი #12: 2019 წელს საერთაშორისო ვიზიტორების მიერ გაწეული ხარჯების განაწილება ხარჯების კატეგორიების მიხედვით

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | ხარჯი (მლნ.ლარი) | % | საშუალო ხარჯი ვიზიტზე (ლარი) |
| საკვები და სასმელი | 2 343.4 | 27.5% | 289.7 |
| განთავსება | 2 021.2 | 23.7% | 254.4 |
| საყიდლები | 1 800.3 | 21.2% | 228.5 |
| გართობა | 1 528.7 | 18.0% | 198.1 |
| ადგილობრივი ტრანსპორტი | 644.5 | 7.6% | 81.1 |
| სხვა ხარჯი | 173.4 | 2.0% | 22.4 |
| სულ | 8 511.5 | 100.0% | 1074.2 |

*წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური*

აღსანიშნავია, რომ ტურისტების მიერ განთავსებაზე გაწეული დანახარჯები მზარდი ტენდენციით ხასიათდება. ბოლო ხუთი წლის მონაცემებზე დაყრდნობით შეგვიძლია ვიმსჯელოთ, რომ წლიდან-წლამდე მუდმივად იზრდება ქვეყანაში განთავსების საშუალებებიდან მიღებული შემოსავალი (ცხრილი #7). 2019 წლის მონაცემების 2018 წლის შესაბამის მონაცემებთან შედარებით ჩანს, რომ 2019 წელს სექტორში განთავსების საშუალებებიდან მიღებული შემოსავლის 9%-იანი ზრდა ფიქსირდება.

ცხრილი #13: განთავსებიდან მიღებული შემოსავლები (მლრდ. ლარი) 2015-2019წწ

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **2015 წ.** | **2016 წ.** | **2017 წ.** | **2018 წ.**  | **2019 წ.**  |
| განთავსებიდან მიღებული წლიური შემოსავლები (მლრდ. ლარი) | 0.802 | 1.027 | 1.326 | 1.854 | 2.021 |

*წყარო: საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია*

საქართველოში ვიზიტორების რაოდენობის მნიშვნელოვანი ზრდის ფონზე, ყოველწლიურად იზრდება მოთხოვნა ტურისტულ ინფრასტრუქტურაზე. შესაბამისად, სასტუმროების ინდუსტრია იზრდება და ვითარდება დინამიურად. დიაგრამა #9 აჩვენებს რომ 2015-2019 წლების განმავლობაში სასტუმროების, ოთახებისა და საწოლი ადგილების რაოდენობა გამუდმებით იმატებს. ამჟამად, საქართველოში დარეგისტრირებული განთავსების საშუალებების რაოდენობა 1,656 ობიექტს, ოთახები 39,804-ს, ხოლო საწოლი ადგილები 92,083-ს უტოლდება.

2019 წელს გაიხსნა 85-ზე მეტი ახალი განთავსების ობიექტი დაახლოებით 5,100 საწოლი ადგილით. მათ შორის თბილისი ლიდერობს 1,400-ზე მეტი დამატებილი საწოლი ადგილით (29%), შემდეგ მოდის კახეთი 1,039 (20%) და სამცხე-ჯავახეთი - 1,031 (20%). 2020 წლის ბოლოსთვის მიმდინარე სასტუმროების მშენებლობის დასრულების შედეგად დაახლოებით 36,900 საწოლ ადგილი დაემატება მთელი ქვეყნის მასშტაბით.

დიაგრამა #28: სასტუმროების, ოთახებისა და საწოლების რაოდენობა 2015-2019 წწ

*წყარო: კოლიერს ინტერნეიშენალ ჯორჯია*

სასტუმროების მიმართულების საინვესტიციო მიმზიდველობას ამყარებს სექტორის ძირითადი მაჩვენებლების ზრდა და სასტუმროების დატვირთულობის საკმაოდ მაღალი პროცენტი, განსაკუთრებით კონკურენტ აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნებთან შედარების შემთხვევაში.

*წყარო: კოლიერს ინტერნეიშენალ ჯორჯია*

თუმცა აღსანიშნავია, რომ საწოლი ადგილების 53% განთავსებულია აჭარის რეგიონსა 26,519 (28.1%) და თბილისში - 23,596 (25%). შესაბამისად, ტურისტების განთავსებიდან მიღებული შემოსავლები ძირითად ნაწილდება თბილისსა და აჭარის რეგიონს შორის.

მოგზაურობისა და ტურიზმი სექტორი ეკონომიკის უმნიშვნელოვანესი დარგი იყო, რომელსაც მსოფლიო მთლიანი შიდა პროდუქტის 10% ეჭირა 2019 წლის მონაცემებით და ყოველი 10 სამუშაო ადგილიდან ერთი ამ სექტორზე მოდიოდა. აღსანიშნავია, რომ პანდემიის გავრცელებამ ერთ-ერთი ყველაზე დიდი დარტყმა სწორად ზემოხსენებულ სექტორს და მასში დასაქმებულ ადამიანებს მიაყენა. იქიდან გამომდინარე, რომ ტურიზმნი მოწყვლადი ეკონომიკური აქტივობაა, იგი შედარებით უფრო მგრძნობიარეა გარე შოკების მიმართ.

COVID-19-თან დაკავშირებული სამოგზაურო შეზღუდვების შედეგად, გაეროს მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციამ (UNWTO) დაადგინა, რომ საერთაშორისო ტურისტების რიცხვი 2020 წელს 74%-ით შემცირდა, რაც ინდუსტრიისთვის რეკორდული ვარდნაა. პანდემიამ რისკის ქვეშ დააყენა 100-დან 120 მილიონამდე ტურისტული სამუშაო ადგილი, ხოლო მსოფლიო ტურიზმის დანაკარგი 1.3 ტრილიონი აშშ დოლარით შეფასდა. ახალი კორონავირუსის ნეგატიური ეფექტი აზარალებს მოგზაურებისა და ტურიზმის სექტორის უკლებლივ ყველა რგოლი, მათ შორის არის ავიაკომპანიები, სასტუმროები, რესტორნები, ტურ-ოპერატორები, კვების მიმწოდებლები, საცალო ვაჭრობა და სხვა მცირე და საშუალო საწარმოების ფართო სპექტრი.

აღსანიშნავია, რომ ვირუსის გავრცელება ზიანს აყენებს არა მხოლოდ საერთაშორისო ტურიზმის სექტორს არამედ შიდა ტურიზმსაც, რადგან მსოფლიო მოსახლეობის დაახლოებით ნახევარს კვლავაც ეზღუდება ქვეყნის შიგნით გადაადგილება. გაეროს მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის (UNWTO) პროგნოზის მიხედვით, შიდა ტურიზმი გაცილებით სწრაფი ტემპებით აღდგება, ვიდრე საერთაშორისო ტურიზმის ინდუსტრია. UNWTO-ს თანახმად, ყველაზე მეტად დაზარალდება მცირე და საშუალო ზომის მეწარმეები - მათი წილი ტურიზმის სექტორში 80% შეადგენს. კორონავირუსს განსაკუთრებული გავლენა კი იმ ქვეყნებზე ექნება, რომელთა ეკონომიკაში ტურიზმს დიდი წილი უკავია და რომლის ეკონომიკური ზრდაც დიდწილად ტურიზმის სექტორიდან გამომდინარეობს.

სამწუხაროდ, საქართველოც არ აღმოჩნდა გამონაკლისი და ახალი კორონავირუსის გავრცელებამ მრავალმხრივი დარტყმა მიაყენა ტურიზმის სექტორსა და მასში დასაქმებულ ადამიანებს. სასტუმროებისა და ტურიზმის სექტორი ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს როლს ითავსებდა ქართული ეკონომიკის განვითარებაში პანდემიის წინა პერიოდში. აღსანიშნავია, რომ 2020 წლამდე ყოველწლიურად იზრდებოდა საერთაშორისო მოგზაურების ვიზიტების რაოდენობა და 2019 წელს რეკორდულ მაჩვენებელი დაფიქსირდა. თუმცა 2020 წლისა და 2019 წლის მონაცემების შედარებით ჩანს, რომ საერთაშორისო მოგზაურების ვიზიტების რაოდენობა 9,357,964-დან 1,747,110 ვიზიტამდე შემცირდა, რაც 81.3% კლებას აჩვენებს. დრამატული ვარდნა ფიქსირდება საერთაშორისო ვიზიტორების მიერ განხორციელებულ ვიზიტებშიც და 2019 წელთან შედარებით 6,212,353-ით მცირდება (80.4%-იანი კლება). ვიზიტების რაოდენობრივი შემცირდება პირდაპირ პროპორციულად აისახება ეკონომიკის კლებაზე. ამასთან, ყველაზე დატვირთული ტურისტული ზონები, აჭარა, მცხეთა-მთიანეთი და თბილისი, სავარაუდოა რომ ყველაზე დიდი ზიანს მიიღებენ.

საერთაშორისო ვიზიტორთა მიერ ვიზიტების რაოდენობაში ყველაზე დიდი წილი კვლავაც მეზობელ ქვეყნებს უკავიათ. უკავიათ. 2020 წლის მონაცემებით ლიდერი ქვეყნები ვიზიტების რაოდენობით თურქეთი, აზერბაიჯანი და სომხეთია. თურქეთიდან შემოსულმა საერთაშორისო ვიზიტორებმა 335,580 ვიზიტი განახორციელეს, რაც წინა წელთან მიმართებაში 71%-იანი კლებას გვიჩვენებს. ევროკავშირის ქვეყნებიდან საერთაშორისო ვიზიტების რაოდენობამ 70,742 შეადგინა (85.4%-იანი ვარდნა). ყველაზე მეტი ვიზიტით ევროკაშირის ქვეყენებიდან გერმანია, პოლონეთი, საფრანგეთი და გაერთიანებული სამეფო ლიდერობენ.

2021 წელს მოგზაურობისა და ტურიზმი სექტორის გაჯანსაღების ტემპი დიდწილად ახალი კორონავირუსის ეპიდემიოლოგიურ მდგომარეობაზე იქნება დამოკიდებული. მედიკოსების მიერ შექმნილმა ვაქცინამ და შესაბამისად ვაქცინაციის პროცესის დაწყებამ პოზიტიური მოლოდინები გააჩინა. თუმცა მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის განცხადებით ვირუსის დამარცხებისა და ვითარების ჩვეულ რეჟიმში ჩადგომის შემდეგ, ინდუსტრიას დაახლოებით 10 თვე მაინც დასჭირდება გაჯანსაღებისათვის.

2020 წელს საქართველოს ტურიზმის სექტორი რთული გამოწვევების წინაშე დადგა, თუმცა არსებული პროგნოზების მიხედვით მოსალოდნელია, რომ 2021 წლის მეორე კვარტლიდან სექტორი აქტიურად დაიწყებს აღდგენას. აქედან გამომდინარე, საქართველოსთვის ტურიზმის და სასტუმროები ინდუსტრია კვლავაც ერთ-ერთი პრიორიტეტულ და პერსპექტიულ მიმართულებად რჩება.

საქართველოს ტურიზმის განვითარების სტრატეგიის ფარგლებში პრიორიტეტად სახელდება მაღალმხარჯველუნარიანი ტურისტების რაოდენობის ზრდა, ტურისტული ბაზრებისა და შეთავაზების დივერსიფიკაცია, რეგიონებში ახალი კურორტების და ტურისტული ინფრასტრუქტურის შექმნა.

შესაბამისად, მნიშვნელოვანია შეიქმნას ახალი ტიპის კურორტები და ტურისტული ინფრასტრუქტურა, რომლებსაც ექნება შესაძლებლობა მოიზიდოს და უმასპინძლოს მაღალმხარჯველუნარიან ტურისტებს რეგიონებში. ამავდროულად,  ხელშეწყობა  და ინვესტიციების მოზიდვა ესაჭიროება ისეთ კურორტებს, რომლებიც პანდემიის წინა პერიოდშიც განიცდიდნენ ვიზიტორების ნაკლებობას, სეზონურობას და/ან არ აქვთ მაღალი ცნობადობა, თუმცა აქვთ დიდი ტურისტული პოტენციალი.

აღნიშნულიდან გამომდინარე, სააგენტოს „აწარმოე საქართველოში“ ინვესტიციების მოზიდვის სტრატეგია ფოკუსირებულია რეგიონებში ახალი საინვესტიციო პროექტების შექმნასა და უცხოური ინვესტიციების მოზიდვაზე. სასტუმროებსა და ტურიზმთან დაკავშირებულ ინფრასტრუქტურაში პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოზიდვა მნიშვნელოვანია ქვეყანაში კაპიტალის შემოდინების და ახალი სამუშაო ადგილების შექმნის კუთხით. ამასთან, ხელს უწყობს ახალი კურორტების და ტურისტული გასართობი ობიექტების შექმნას, რაც თავის მხრივ განაპირობებს ქვეყანაში ტურისტების ახალი სეგმენტის შემოდინებას.

სტრატეგიის ფარგლებში, შეთავაზების დივერსიფიცირებისა და ნაკლებად განვითარებული ქვე-სექტორების ხელშეწყობისათვის, პრიორიტეტად განისაზღვრა შემდეგი მიმართულებები: სპა და გამაჯანსაღებელი მიმართულება, სამედიცინო და ესთეტიკური ტურიზმი, ეკო და აგრო ტურიზმი, სპორტული ტურიზმი / საწვრთნელი ბაზები.

2020 წელს კოლიერს ინტერნეიშენალ ჯორჯიას მიერ განხორციელებული „საქართველოს უძრავი ქონების ბაზრის კვლევის“ ფარგლებში შესწავლილი და გაანალიზებული იქნა საქართველოს უძრავი ქონების პოტენციალი და სხვადასხვა ქვე სექტორების განვითარების პერსპექტივები. კვლევის ფარგლებში მომზადდა რვა ტიპის სექტორული კვლევა: სასტუმრო უძრავი ქონების ბაზრის კვლევა, საოფისე უძრავი ქონების ბაზრის კვლევა, საცხოვრებელი უძრავი ქონების ბაზრის კვლევა, საცალო ვაჭრობის უძრავი ქონების ბაზრის მიმოხილვა, ინდუსტრიული და ლოგისტიკური უძრავი ქონების მიმოხილვა, MICE ტურიზმის ბაზრის მიმოხილვა და პოტენციალის კვლევა, სპორტული ტურიზმისა და ინფრასტრუქტურის თემატური კვლევა, გართობის და დასვენების სექტორის ბაზრის კვლევა. „საქართველოს უძრავი ქონების ბაზრის კვლევის“ ფარგლებში ასევე მომზადდა თორმეტი საინვესტიციო შეთავაზება, მათი განვითარების მოდელებითა და ფინანსური ინდიკატორებით. პროექტები თემატურად მოიცავს მრავალფეროვან მიმართულებებს როგორებიც არის სამთო, საზღვაო, სპა, გამაჯანსაღებელი, ეკო და სხვა ტიპის ტურისტული ლოკაციების განვითარებას.

საქართველოს აქვს შესაძლებლობა მოიზიდოს ინვესტორები სასტუმროების და ტურიზმთან დაკავშირებული ინფრასტრუქტურის მიმართულებით შემდეგ კონკურენტულ უპირატესობებზე დაყრდნობით:

* ახალი პანდემიის გავრცელებამდე, გამუდმებით იზრდებოდა საერთაშორისო მოგზაურების ვიზიტების რაოდენობა და განთავსების საშუალებებიდან მიღებული წლიური შემოსავლები, რაც ასტიმულირებს სასტუმრო ინდუსტრიის ზრდასა და განვითარებას
* 2019 წლამდე მზარდი იყო სასტუმროების საშუალო დღიური განაკვეთი (ADR) და შემოსავალი ერთ ნომერზე (RevPAR)
* კონკურენტ ქვეყნებთან შედარებით საკმაოდ მაღალია სასტუმროების საშუალო დატვირთულობის კოეფიციენტი
* მრავალფეროვანი გეოგრაფიული/კლიმატური პირობები და ჯერ კიდევ აუთვისებელი პოტენციალი, რომლის გამოყენებითაც შესაძლებელია ახალ ან ნაკლებად ცნობად კურორტებზე საინვესტიციო შეთავაზებების მომზადება
* ქვეყანაში უკვე არსებობს სასტუმროების სექტორში პირდაპირი უცხოური ინვესტიციით განხორციელებული არაერთი საინვესტიციო პროექტი, რაც საერთაშორისო კომპანიების თვალში დამატებით ამყარებს სექტორის მიმზიდველობას.

სასტუმროების ინდუსტრიასა და ტურიზმთან დაკავშირებული ინფრასტრუქტურის სექტორში ინვესტიციების მოსაზიდად შემუშავებული მიდგომა

სასტუმროების და ტურიზმთან დაკავშირებული ინფრასტრუქტურის მიმართულებით ინვესტიციების მოზიდვა გამოირჩევა სხვა იდენტიფიცირებული პრიორიტეტული სექტორებისაგან, გამომდინარე იქიდან, რომ ტურიზმი ქვეყნაში უკვე დამკვიდრებული მიმართულებაა. შესაბამისად, მნიშვნელოვანია ახალი სასტუმროების და ტურისტული ინფრასტრუქტურის მიმართულებით პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოზიდვა.

ქვეყანაში უკვე არსებობს სასტუმროების სექტორში პირდაპირი უცხოური ინვესტიციით განხორციელებული არაერთი საინვესტიციო პროექტი, რაც საერთაშორისო კომპანიების თვალში დამატებით ამყარებს სექტორის მიმზიდველობას.

მას შემდეგ, რაც პანდემიით შექმნილი მდგომარეობა გაუმჯობესდება (სავარაუდოდ 2021 წლის მეორე კვარტალში), განახლება ტურიზმისა და სასტუმროების სექტორში ინვესტიციების მოზიდვასთან დაკავშირებული აქტივობები, მათ შორის ინვესტორებთან პროაქტიულად დაკავშირება და საინვესტიციო პროექტების შეთავაზება.

სექტორის მოთამაშეების დაინტერესება საქართველოში ინვესტიციის განხორციელების კუთხით სხვადასხვა საერთაშორისო პლატფორმაზე აქტიური და დინამიური პოზიციონირებით, საერთაშორისო აქტივობებით (პრეზენტაცია, ბიზნეს ვიზიტი და სხვა) და კერძო სექტორთან მჭიდრო მუშაობის გზით მოხდება. ამასთან, მოთამაშეების კუთხით სექტორი საკმაოდ დივერსიფიცირებული და მსხვილია, რაც უფრო მეტ შესაძლებლობას ქმნის სამიზნე კომპანიების სიის (target list) მიღმა პოტენციური ინვესტორის გამოვლენის კუთხით.

სექტორები, რომლებიც სტრატეგიული მნიშვნელობიდან გამომდინარე დამატებით ხელშეწყობას საჭიროებენ ინვესტირებისას

Covid-19 ით გამოწვეული პანდემიის და შემდგომი ეკონომიკური კრიზისის ფონზე ბუნებრივია გამძაფრდა ინვესტიციების მნიშვნელობა და ინვესტიციების მოზიდვის კუთხით კონკურენცია. გამომდინარე იქიდან, რომ ბევრ კომპანიას მოუწია საკუთარი საინვესტიციო სტრატეგიის შეცვლა, ზოგ შემთხვევაში საინვესტიციო ლოკაციის შეცვლა და საინვესტიციო თანხის შემცირება, რიგ შემთხვევებში კი სულაც გაუქმება, კიდევ უფრო მნიშვნელოვანი გახდა პოტენციური თუ არსებული ინვესტორების დახმარება და წახალისება ინვესტიციის განხორციელების პროცესში (ე.წ. facilitation and aftercare).

პოტენციური და არსებული ინვესტორების ინვესტიციის განხორციელების პროცესში დახმარება სააგენტოს ერთ-ერთ მთავარ ფუნქციას წარმოადგენს, შესაბამისად ყველა ინვესტორი (პოტენციური და არსებულიც) სრულიად თანაბარ პირობებში იქნება და უმაღლესი ხარისხის მომსახურებას მიიღებს სააგენტოსგან. მუხედავად ამისა, კრიზისულ პერიოდში გამოკვეთილი ტენდენციებიდან გამომდინარე არსებობს რამდენიმე სექტორი, რომლების ცალკე გამოყოფაც ვარჩიეთ, ინვესტორებისგან მომატებული ინტერესისა თუ სტრატეგიული მნიშვნელობის გამო. თუმცა, ამ სექტორებში უმეტესი რესურსი დაეთმობა დაინტერესებული პოტენციური ინვესტორების მხარდაჭერას, რომლებიც გარვეულწილად უკვე განიხილავენ საქართველოში ინვესტიციას და მომართავენ სააგენტოს.

ლოგისტიკა

გეოგრაფიული ლოკაციიდან გამომდინარე, რაც ბუნებრივ სატრანზიტო ფუნქციას ანიჭებს საქართველოს, ლოგისტიკა ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი სფერო ხდება ქვეყნისთვის, ხოლო ინვესტორებისთვის მიმზიდველი. ამასთან ერთად, მარტივი და გამჭირვალე რეგულაციები, საერთაშორისო სავაჭრო შეთანხმებები და გეო-პოლიტიკური ვითარება რეგიონში, კიდევ უფრო მიმზიდველს ხდის საქართველოს.

პანდემიის შედეგად გამოიკვეთა, რომ მიწოდების ჯაჭვების დივერსიფიცირება კრიტიკულად მნიშვნელოვანია, ისევე როგორც გარკვეული მარაგების შექმნა. ეს ყველაფერი კი იმას ნიშნავს, რომ მომავალში ლოგისტიკის სექტორის მნიშვნელობა კიდევ უფრო გაიზრდება.

განვითარებული ლოგისტიკის სექტორი მნიშვნელოვანია ბევრი სხვა სექტორის წარმატებისთვის. სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტებისა თუ სხვა ტიპის წარმოებებისთვის მნიშვნელოვანია მაღალი დონის სასაწყობო მეურნეობები და შესაბამისი ინფრასტრუქტურა. არა ნაკლებ დიდი მნიშვნელობა აქვს მაღალი დონის ლოგისტიკურ სერვისებს, რაც ამცირებს გადაზიდვის დროსა და ღირებულებას, შესაბამისად საშუალებას აძლევს ქვეყანას განიმტკიცოს ადგილი გლობალურ ღირებულებათა ჯაჭვში.

ენერგეტიკა

ენერგეტიკის სექტორი ყოველთვის იყო პრიორიტეტი, რადგან ეკონომიკის განვითარებისთვის და მისი ყველა სხვა სექტორისთვის კრიტიკულად მნიშვნელოვანია ელექტროენერგიის უწყვეტი და ხარისხიანი მიწოდება. გარდა ამისა, არანაკლებ მნიშვნელოვანია ქვეყნის ენერგო დამოუკიდებლობა, რომლის მიღწევისთვისაც გენერაციის საკუთარი წყაროების განვითარება და იმპორტის შემცირებაა საჭირო.

სქართველო გამოირჩევა წყლის რესურსებით, ქარისა და მზის ენერგიის პოტენციალით. ჰიდრო რესურსების უმრავლესობა ჯერ ისევ არ არი ათვისებული, სხვა განახლებადი რესურსების კუთხით კი მხოლოდ 1 ქარის სადგური ოპერირებს, შესაბამისად ასათვისებელი რესურსები უხვადაა.

ელექტრო ენერგიის მოხმარება დაახლოებით მშპ-ს ზრდის ტენდენციას იმეორებს და უკანასკნელი 5 წელია 4.5-5 %-ის ფარგლებში მერყეობს, რაც საკმაოდ მაღალი მაჩვენებელია. შესაბამისად, საჭიროა გენერაციის ობიექტების დამატება, რათა არ მოხდეს იმპორტის ზრდა, რაც თავისთავად შესაძლებლობაა ინვესტორებისთვის.

სახელმწიფოს მხრიდან მხარდაჭერა, გამართული ინფრასტრუქტურა, მზარდი ბაზარი, საექსპორტო პოტენციალი და მარტივი რეგულაციები საკმაოდ მიმზიდველ გარემოს ქმნის ინვესტორებისთვის, რაც მნიშვნელოვანი წინაპირობაა სექტორის ზრდისა და განვითარებისთვის.

სოფლის მეურნეობა და საკვების გადამუშავება

სოფლის მეურნეობა საქართველოსთვის ისტორიულად მნიშვნელოვან დარგს წარმოადგენს. გარდა საქართველოსთვის ტრადიციული დარგებისა, უკანასკნელ წლებში განვითარდა ახალი და ნიშური სოფლის მეურნეობის სექტორები, რომლებიც ძირითადად ექსპორტზეა მიმართული, მათ შორის კენკროვნების, ციტრუსების, სანელებლების და ნუშის წარმოება. ამჟამად დასაქმების კუთხით სოფლის მეურნეობა ყველაზე დიდი სექტორია (დასაქმებულთა დაახლოებით 20%-ით), თუმცა სოფლის მეურნეობის სექტორის მიერ შექმნილი დოვლათი (წილი მთლიან შიდა პროდუქტში) საკმაოდ დაბალია და მხოლოდ 7.4% შეადგინა 2019 წელს (წყარო: საქსტატი). ამის მიზეზია სასოფლო-სამეურნეო დანიშნულების მიწების ფრაგმენტულობა, თანამედროვე ტექნიკისა და ტექნოლოგიების ნაკლებობა და საჭირო ფინანსური რესურსების სიმცირე.

პანდემიის გამო გამოწვეული კრიზისის დროს გამოჩნდა სოფლის მეურნეობის და საკვების გადამუშავების სექტორის მნიშვნელობა. ქვეყნების ნაწილს პრობლემა შეექმნა საკვები პროდუქტების იმპორტისას, რაც ზოგ შემთხვევაში ლოგისტიკური სირთულეებით, ხოლო ზოგ შემთხევაში მწარმოებელი ქვეყნების მიერ ექსპორტის შეზღუდვით იყო გამოწვეული. შესაბამისად, სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტების წარმოება მხოლოდ იმპორტის ჩანაცვლებისა და ეკონომიკურ სტაბილურობის საკითხი კი არა, არამედ ეროვნული უსაფრთხოების საკითხიც გახდა.

აღსანიშნავია, რომ პანდემიის დაწყებამდე უკვე შეინიშნებოდა საქართველოს მიმართ გაზრდილი ინტერესი. უკანასკნელ წლებში დაიწყო რამდენიმე მსხვილი უცხოური საინვესტიციო პროექტი, ხოლო რამდენიმე განხილვის სტადიაშია. ძირითადი დაინტერესება თხილეულის წარმოების მიმართ ფიქსირდება. საქართველოს უნიკალური და მრავალფეროვანი ნიადაგი, ასევე ზომიერი და სუბტროპიკული კლიმატი, მრავალფეროვანი და მსოფლიო ბაზარზე მოთხოვნადი პროდუქციის მოყვანის საშუალებას იძლევა.

ზემოთ ჩამოთვლილიდან გამომდინარე, სააგენტოს მხრიდან განსაკუთრებული ყურადღება დაეთმობა მსხვილ სასოფლო-სამეურნეო პროექტებს, რომლებიც უზრუნველყოფენ საქართველოში საუკეთესო გამოცდილებისა და თანამედროვე ტექნოლოგიების შემოტანას და შესაბამისად ეფექტურობის გაზრდას, ისევე როგორც იმპორტის ჩანაცვლებას ან/და ექსპორტის ზრდას.

# სტრატეგიის მიზნები და ამოცანები

წინამდებარე თავში განხილულია სტრატეგიის მიზნები და თითოეული მათგანის მისაღწევად დასახული კონკრეტული ამოცანები. აღნიშნული მიზნების, ამოცანების და აქტივობების განხორციელების შედეგად მოსალოდნელია, რომ 2020-2022 წლებში სსიპ „აწარმოე საქართველოში“ ინვესტიციების მიმართულების ჩართულობით დაწყებული საინვესტიციო პროექტების ჯამური საინვესტიციო მოცულობა იქნება 225 მლნ აშშ დოლარი და შექმნილი სამუშაო ადგილების რიცხვი 3500-მდე. ამასთან, საბოლოო შესრულების შეფასება მოხდება ინდიკატორში მითითებული ვადიდან მომდევნო 18 თვის განმავლობაში (რადგან ინვესტიციების მოზიდვას გრძელვადიანი ციკლი აქვს; მაგ. შესაძლებელია ინვესტორთან მუშაობა დაიწყოს 2020 წელს, თუმცა გადაწყვეტილება არ იქნას მიღებული 2023 წლამდე ან შემდეგ).

ამასთან, სტრატეგიის ერთ-ერთი მთავარი მიზანია საერთაშორისო მასშტაბით საქართველოს ბიზნეს კლიმატის უპირატესობების შესახებ ცნობადობის ამაღლება და საინვესტიციო შესაძლებლობების პოპულარიზაცია.

# მიზანი 1: ინვესტიციების პრო-აქტიურად მოზიდვა

საქართველოს საინვესტიციო პოტენციალის პოპულარიზაციისთვის და პრიორიტეტულ სექტორებში ახალი საინვესტიციო პროექტების დაწყების ხელშეწყობისთვის საჭიროა საერთაშორისო პოტენციურ ინვესტორ კომპანიებთან პრო-აქტიური მუშაობა. მიზნის მისაღწევად გამოყენებული იქნება პრო-აქტიური კომუნიკაცია, რომელიც მოიცავს შემდეგ საფეხურებს:

დიაგრამა #30

შეხვედრის ჩანიშვნა, ვიზიტი/საკონფერენციო ზარი და კომპანიაზე მორგებული შეთავაზებით ქვეყნის პოტენციალის გაცნობა

ინტერესის შემთხვევაში საქართველოში დაპატიჟება სამუშაო ჯგუფთან ერთად

**შეხვედრა**

კომპანიასთან დაკავშირება, ინფორმაციის მიწოდება და პირისპირ შეხვედრისათვის ნიადაგის მომზადება

**დაკავშირება**

**მესიჯების მომზადება**

კომპანიის აქტივობის და სტრატეგიული მიზნების სიღრმისეული შესწავლა და ორგანიზაციაში საკონტაქტო პირების შერჩევა EWord.Document.12 \s EMBED Excel.Sheet.12 EMBED Excel.Sheet.12 EMBED Word.Document.12 \s

პრიორიტეტული სექტორების მიხედვით პოტენციური ინვესტორი კომპანიების იდენტიფიცირება

**შესწავლა და შერჩევა**

## ამოცანა 1.1 პრიორიტეტულ სექტორებში სამიზნე კომპანიების იდენტიფიცირება

პოტენციური ინვესტორი კომპანიების შერჩევა ხდება სექტორის, ქვე-სექტორის, კომპანიის ბიზნეს აქტივობების გეოგრაფიული გადანაწილების ფინანსური მაჩვენებლების, საჯაროდ და/ან წლიურ ანგარიშებში გაცხადებული გეგმების და სხვა კრიტერიუმების მიხედვით. კომპანიების შესარჩევად გამოყენებულ იქნება როგორც საჯარო, ასევე საერთაშორისო სპეციალური მონაცემთა ბაზები. 2020 წლის განმავლობაში შემდგომი კომუნიკაციის მიზნებისთვის შეირჩა 630 სამიზნე კომპანია. დამატებით, 2021-2022 წლებში დაგეგმილია პრიორიტეტული სექტორებიდან 550-მდე კომპანიის შერჩევა. შერჩევის შემდეგ სამიზნე კომპანიაზე მზადდება პროფილი, რომელიც მოიცავს ინფორმაციას რეგიონში არსებული აქტივობების შესახებ (მაგ: ეზრდება თუ არა გაყიდვები და აქვს თუ არა საწარმო ისეთ ქვეყნებში, რომლებთანაც საქართველოს აქვს თავისუფალი ვაჭრობის ხელშეკრულებები) და შესაბამისი მონახაზი, თუ რატომ შეიძლება ინვესტორი დაინტერესდეს საქართველოთი.

ასევე, მნიშვნელოვანია კომპანიებში სწორი საკონტაქტო პირის შერჩევა, რომელიც რეგიონში კომპანიის საქმიანობის გაფართოებაზე იღებს გადაწყვეტილებას და შესაბამისად, შესაძლებელია განიხილოს საქართველო, როგორც ახალი საინვესტიციო ქვეყანა. შესაბამისად, ინვესტიციების დეპარტამენტი კომპანიების მიხედვით შეარჩევს რამდენიმე საკონტაქტო პირს, მათთან დაკავშირების გზებს და საშუალებებს.

## ამოცანა 1.2 სამიზნე კომპანიებთან დაკავშირება და შეხვედრების ორგანიზება

კომპანიებთან კონტაქტის დამყარება მოხდება როგორც პირდაპირი საკომუნიკაციო საშუალებებით (სატელეფონო კომუნიკაცია, ელ. ფოსტა, LinkedIn), ასევე სექტორული ასოციაციების, საელჩოების და საერთაშორისო ღონისძიებების დახმარებით.

პირველადი დაკავშირების მიზანია კომპანიისთვის ინფორმაციის მიწოდება და შეხვედრის ორგანიზება საერთაშორისო კონფერენციის, ბიზნეს ფორუმის და/ან სააგენტოს მიერ ორგანიზებული ე.წ. Roadshow-ს ფარგლებში. აღნიშნული მიზნის შესაბამისად, საერთაშორისო ღონისძიებების შერჩევა ხდება დამსწრე კომპანიების და კომპანიების მხრიდან წარმოდგენილი თანამშრომლების პოზიციების მიხედვით.

პოტენციურ ინვესტორებთან დაკავშირების და საქართველოს საინვესტიციო პოტენციალის გაცნობის მიზნით 2021-2022 წლის მანძილზე დაგეგმილია 10-16 ე.წ. Roadshow და საერთაშორისო ღონისძიება, ასევე ინვესტორებთან ორმხრივი საკონფერენციო ზარების დანიშვნა, რომლის შედეგადაც გაიმართება შეხვედრები და/ან საკონფერენციო ზარები 150-მდე კომპანიასთან, თუმცა, ხსენებულს მნიშვნელოვნად განაპირობებს პანდემიური ვითარება და მოგზაურობასთან დაკავშირებული შეზღუდვები, ასევე, ღონისძიებების გადადების შემთხვევებიც.

შეხვედრებზე კომპანიას მიეწოდება ინფორმაცია საქართველოში ბიზნესის კეთების კუთხით არსებული გარემოს და სექტორის თვალსაზრისით ქვეყნის უპირატესობების შესახებ. ამასთან, განიხილება კომპანიის მხრიდან საქართველოში ვიზიტის განხორცილების შესაძლებლობა. უცხოური კომპანიის დაინტერესების შემთხვევაში, შეხვედრის შემდეგ კომპანია ხშირად ინფორმაციის მოკვლევას იწყებს სპეციალური შიდა ფორმის მიხედვით. ამ შემთხვევაში, ინვესტიციების დეპარტამენტიდან გამოიყოფა ინფორმაციის მიწოდებაზე პასუხისმგებელი პირი, რომელიც უზრუნველყოფს დაინტერესებული მხარის დახმარებას შესაბამისი ინფორმაციის მოძიების კუთხით.

2021-2022 წლებში მოსალოდნელია, რომ ორმხრივი შეხვედრა და/ან საკონფერენციო ზარი შედგება 150-მდე შერჩეულ კომპანიასთან. შეხვედრების მიზანია საქართველოში სამუშაო ვიზიტით 30-50 კომპანიის ჩამოყვანა. ვიზიტის დროს კომპანიები ადგილზე დეტალურად ეცნობიან ქვეყანაში არსებულ ბიზნეს გარემოს, სექტორის საინვესტიციო შესაძლებლობებს და სხვა უპირატესობებს.

ამასთან, პოტენციურ ინვესტორ კომპანიებთან პრო-აქტიური კომუნიკაციის გასაძლიერებლად, აწარმოე საქართველოში სააგენტოს ინიციატივითა და USAID-ის მხარდაჭერით, 2020 წლის დეკემბერში გაფორმდა ხელშეკრულება წამყვან საკონსულტაციო კომპანია OCO Global–თან, რომელიც გულისხმობს სააგენტოს მხარდაჭერას ინვესტიციების მოზიდვის საკითხში მომდევნო ორი წლის განმავლობაში. OCO Global ფაქტობრივად სააგენტოს საზღვარგარეთ წარმომადგენლის როლს შეასრულებს და მისი საერთაშორისო ქსელის/კონტაქტების საშუალებით მოხდება მულტინაციონალურ კომპანიებთან დაკავშირება. ამასთან, OCO Global-ს ოფისები აქვს ამერიკაში, ევროპასა და აზიაში. აღსანიშნავია, რომ პროექტის მიზანია უცხოური ინვესტიციების მოზიდვა მაღალტექნოლოგიურ სექტორებში, რგორებიცაა ელექტრონული პროდუქტების და ნაწილების, ფარმაცევტული პროდუქტების და სამედიცინო დანადგარების, ავტო და ავია ნაწილების წარმოება. OCO Global სააგენტოსთან ერთად დაუკავშირდება 400-მდე კომპანიას აღნიშნული სექტორებიდან, მიაწვდის საქართველოს შესახებ ინფორმაციას და დაინტერესებულ კომპანიებსა და აწარმოე საქართველოს შორის დანიშნავს საკონფერენციო ზარებს. ასევე, ჩართული იქნება კომპანიების საქართველოში ვიზიტის ორგანიზებასა და ინვესტიციის შესახებ გადაწყვეტილების მიღების პროცესის მხარდაჭერაში. პროექტის მიზანია, 2 წლიანი საქმიანობის შედეგად დაიწყოს 3 ახალი საინვესტიციო პროექტი წარმოების მიმართულებით, რომელთა საინვესტიციო ღირებულება იქნება მინიმუმ 10 მილიონი აშშ დოლარი და შექმნილი სამუშაო ადგილები - 500.

## ამოცანა 1.3 პოტენციური და არსებული ინვესტორების დახმარება ინვესტიციის განხორციელების პროცესში

ინვესტიციის შესახებ გადაწყვეტილების მიღება საკმაოდ ხანგრძლივი პროცესია და ინვესტიციის განხორციელების სპეციფიკიდან გამომდინარე 1-2 წელი გრძელდება. თუმცა სექტორიდან და პროექტიდან გამომდინარე, შეიძლება ინვესტიციის შესახებ გადაწყვეტილების მისაღებად კომპანიას გაცილებით დიდი დრო დასჭირდეს. შესაბამისად კომპანიასთან პირველი შეხვედრის შემდეგ კომპანიის მხრიდან საქართველოთი დაინტერესების შემთხვევაში იწყება მოლაპარაკებები, რომლებიც ხანგძლივ დროს მოითხოვს. ამ პერიოდის მანძილზე ინვესტიციების დეპარტამენტმა აქტიური კონტაქტი უნდა შეინარჩუნოს და ხელი უნდა შეუწყოს დაინტერესებულ ინვესტორს გადაწყვეტილების მიღების პროცესში.

ინვესტიციის შესახებ გადაწყვეტილების მიღების და შემდგომ უშუალოდ ინვესტიციის განხორციელების პროცესი იყოფა რამდენიმე მსხვილ საფეხურად:

დიაგრამა #31

მთელი პროცესის განმავლობაში პოტენციურ ინვესტორ კომპანიას ემსახურება ერთი გამოყოფილი საკონტაქტო პირი/თანამშრომელი ინვესტიციების დეპარტამენტიდან, რომელიც ხელს უწყობს თანმიმდევრული ნაბიჯების სწრაფ გადადგმაში - აწვდის ინფორმაციას, აკავშირებს შესაბამის კერძო თუ სახელმწიფო უწყებებთან და უწევს სხვა სახის მხარდაჭერას.

აღსანიშნავია, რომ თითოეული კომპანიის პროექტის შესახებ ინფორმაცია აღირიცხება და დახარისხებულია “CRM” ბაზაში.

ინვესტიციის განხორციელების შემდგომ ინვესტიციების დეპარტამენტი სხვა სახელმწიფო უწყებებთან ერთად პასუხისმგებელია ინვესტორი კომპანიების მუდმივ მხარდაჭერასა და რეინვესტირების წახალისებაზე - შესაბამისად, სააგენტო ითავსებს ე.წ. Aftercare ფუნქციას. ხსენებული თვალსაზრისით, ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების მინისტრის მოადგილე უზრუნველოყოფს სამინისტროს შიდა და უწყებათაშორის კოორდინაციას.

ამ მიზნით, სააგენტო პერიოდულად აანალიზებს საქართველოში უკვე მოქმედი ინვესტორების ბაზას და პრიორიტეტული სექტორების მიხედვით პრო-აქტიურად გეგმავს არსებულ ინვესტორ კომპანიებთან შეხვედრებს რეინვესტირების წახალისების მიზნით. 2021-2022 წლებისთვის დაგეგმილია 80 არსებულ ინვესტორ კომპანიასთან შეხვედრა, მათი საჭიროებების კვლევა და ახალი საინვესტიციო შესაძლებლობების შეთავაზება.

## 1.4 საინვესტიციო პოლიტიკის შემუშავების ხელშეწყობა

ინვესტიციების მოზიდვის ხელშეწყობაზე ორიენტირებულ უწყების - სსიპ „აწარმოე საქართველოში“, ერთ-ერთ მნიშნველოვან ფუნქციას წარმოადგენს საინვესტიციო პოლიტიკის შემუშავებაში აქტიური ჩართულობა. ხსენებულის ფარგლებში, სააგენტოს ექნება მჭიდრო თანამშრომლობა საქათველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს საინვესტიციო პოლიტიკისა და ინვესტიციების მხარდაჭერის დეპარტამენტთან.

ამასთან, საინვესტიციო გარემოს გაუმჯობესების მიზნით სააგენტო მოახდენს დეპარტამენტისათვის სხვადასხვა ინიციატივის წარდგენას შემდგომი განხილვის, კონსულტაციებისა და შესაბამისობის შემთხვევაში დანერგვისათვის. აქვე, მნიშვნელოვანია, რომ საინვესტიციო გარემოსთან დაკავშირებული ცვლილებების დაგეგმვა და განხორციელება მოხდეს სააგენტოსთან მჭიდრო თანამშრომლობით.

აღსანიშნავია, რომ სააგენტოს „აწარმოე საქართველოში“ ინიციატივით მაღალტექნოლოგიური ინდუსტრიებში პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების ხელშეწყობის მიზნით შეიქმნა და 2020 წლის 30 ნოემბერს დამტკიცდა სახელმწიფო პროგრამა - უცხოური საინვესტიციო პროექტების ხელშეწყობის მექანიზმი“ (საქართველოს მთავრობის დადგენილება N717). აღნიშნული წამახალისებელი მექანიზმით ინვესტორს შეეძლება მოითხოვოს სამუშაო ძალის გადამზადებასა და ინფრასტრუქტურის მოსაწყობად დახარჯული თანხის, ე.წ. კვალიფიციური ხარჯების, ნაწილის ანაზღაურება. პროგრამა ფარავს მაღალტექნოლოგიურ წარმოებას, სერვისების ექსპორტს/აუთსორსინგს, ლოგისტიკისა და თვითმფრინავების ტექნიკური მომსახურების (MRO) სფეროებს. 2021-2022 წლებში მოხდება წამახალისებელი მექანიზმის აქტიური პოპულარიზაცია, მისი პოტენციური ინვესტორებისთვის გაცნობა და პროექტებში ჩართვა.

## მიზანი 2: საქართველოს საინვესტიციო პოტენციალის პოპულარიზაცია

პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოსაზიდად საქართველოს ერთ-ერთ მთავარ დაბრკოლებად კვლავ რჩება დაბალი ცნობადობა და ხშირ შემთხვევაში ქვეყნის საინვესტიციო გარემოს შესახებ არასწორი წარმოდგენა. შესაბამისად, აუცილებელია მსოფლიო მასშტაბით ქვეყნის საინვესტიციო იმიჯზე ზრუნვა და საინვესტიციო პოტენციალის პოპულარიზაცია. აღნიშნული მიზნის მისაღწევად დაგეგმილია შემდეგი აქტივობები:

* სექტორული კვლევებისა და საინვესტიციო პროექტების მომზადება
* საინვესტიციო გზამკვლევების შექმნა
* საქართველოს ბიზნეს კლიმატის უპირატესობების შესახებ საინვესტიციო კონსულტანტების ინფორმირება
* საინვესტიციო შესაძლებლობების პოპულარიზაცია საერთაშორისო სექტორული რეიტინგების, სტატიებისა და ონლაინ გამოცემების/ანგარიშების მეშვეობით
* ციფრულ პლატფორმებზე ინფორმაციის ხელმისაწვდომობის უზრუნველყოფა

## ამოცანა 2.1. სექტორული კვლევებისა და საინვესტიციო პროექტების მომზადება

პოტენციური ინვესტორებისთვისსაქართველოს შესაძლებლობების წარსადგენად იქმნება სექტორული კვლევები. სექტორული კვლევების მიზანია რეგიონის და საქართველოს პოტენციალის შეფასება, ქვეყნის კონკურენტული უპირატესობების გამოვლენა, საქართველოს შედარება (benchmarking) კონკურენტ ქვეყნებთან და ინვესტორებთან წარსადგენი საინვესტიციო შეთავაზებების/პროექტების მომზადება.

2020 წელს მომზადდა „საქართველოს უძრავი ქონების ბაზრის კვლევა“, რომელიც მოიცავს 8 ქვე-სექტორის კვლევას: სასტუმრო უძრავი ქონების ბაზარი, საოფისე უძრავი ქონება, საცხოვრებელი უძრავი ქონება, საცალო ვაჭრობა, ინდუსტრიული და ლოგისტიკური უძრავი ქონება, MICE ტურიზმის პოტენციალის კვლევა, სპორტული ტურიზმისა და ინფრასტრუქტურის თემატური კვლევა, გართობის და დასვენების სექტორი. კვლევის ფარგლებში ასევე მომზადდა 12 საინვესტიციო შეთავაზება განვითარების მოდელებითა და ფინანსური ინდიკატორებით. პროექტები თემატურად მოიცავს მრავალფეროვან მიმართულებებს, როგორებიც არის სამთო, საზღვაო, სპა, გამაჯანსაღებელი, ეკო და სხვა ტიპის ტურისტული ადგილების განვითარება.

2021-2022 წლებში იგეგმება 3 სექტორული კვლევა შემდეგი პრიორიტეტული მიმართულებებით: კომპიუტერების, ელექტრონული და ელექტრული მოწყობილობების ნაწილების და კომპონენტების წარმოება, ფარმაცევტული პროდუქტების წარმოება, ასევე, საჰაერო ხომალდების რემონტისა და ტექნიკური მომსახურების (MRO) ტექნიკურ-ეკონომიკური კვლევა.

პერიოდულად განახლდება საინვესტიციო პროექტების კატალოგი, რომელშიც შესულია დაახლოებით 75 კერძო და სახელმწიფო საინვესტიციო პროექტი შემდეგი სექტორებიდან: სასტუმროები და უძრავი ქონება, წარმოება, IT და ბიზნეს პროცესების აუთსორსინგი (BPO), ენერგეტიკა, ბუნებრივი რესურსები, ტრანსპორტი და ლოგისტიკა.

ასევე, საქართველოს საინვესტიციო შესაძლებლობების შესახებ ცნობადობის გაზრდის მიზნით სსიპ „აწარმოე საქართველოში“ კვარტალში ერთხელ მოამზადებს და/ან განაახლებს პრიორიტეტულ სექტორებში არსებულ საინვესტიციო პოტენციალის ამსახველ მასალებს.

## ამოცანა 2.2. საინვესტიციო გზამკვლევების და სექტორული საპრეზენტაციო მასალების შექმნა

პარტნიორ ორგანიზაციებთან ერთად მომზადდება და ყოველწლიურად განახლდება საინვესტიციო გზამკვლევები, რომლებიც მოიცავს სხვადასხვა იურიდიულ/საკანონმდებლო საკითხებს და უხსნის ინვესტორს შრომით კანონმდებლობას, საბაჟო პროცედურებს, პრივატიზებასთან დაკავშირებულ საკითხებს, კომპანიის რეგისტრაციის პროცედურებს, სხვადასხვა ნებართვისა და ლიცენზიის აღების პროცედურებს და სხვა საკითხებს. 2020-2022 წლებში მომზადდება და/ან განახლდება 11 გზამკვლევი:

* კომპანიის რეგისტრაცია საქართველოში
* სამშენებლო ნებართვის აღების პროცედურა
* ინფორმაცია გარემოზე ზემოქმედების შეფასების მომზადებასთან დაკავშირებით
* საქართველოში მოქმედი ლიცენზიებისა და ნებართვების მიმოხილვა
* ფარმაცევტული პროდუქტების წარმოებისთვის საჭირო ნებართვის აღების პროცედურა
* ბანკის რეგისტრაციის პროცედურა
* თავისუფალი ინდუსტრიული ზონები
* ქონების პრივატიზების რეგულაციები და პროცედურები
* საქართველოს სავაჭრო რეჟიმები და საქონლის წარმოშობის სერთიფიკატის აღების პროცედურები
* შრომის კანონმდებლობა საქართველოში
* გზამკვლევი საბაჟო პროცედურების შესახებ

ამასთან, საქართველოს საინვესტიციო გარემოს და შესაძლებლობების პოპულარიზაციის მიზნით იქმნება და პერიოდულად ახლდება პრიორიტეტული სექტორების ბროშურები.

## [ამოცანა 2.3. საქართველოს ბიზნეს კლიმატის უპირატესობების შესახებ საინვესტიციო კონსულტანტების ინფორმირება](#_Toc17720048)

მნიშვნელოვანია, მუშაობის გააქტიურება ისეთ კომპანიებთან, რომლებიც კონსულტაციას უწევენ საერთაშორისო კომპანიებს და ეხმარებიან მათ ახალი საინვესტიციო პროექტებისთვის ქვეყნების შერჩევაში (ე.წ. location advisers/საინვესტიციო ლოკაციების კონსულტანტები). გამოცდილებიდან გამომდინარე, მსგავსი საინვესტიციო ლოკაციების კონსულტანტების უმეტესობას არ აქვს ინფორმაცია საქართველოზე, შესაბამისად პოტენციური ინვესტორების მხრიდან ახალი საინვესტიციო მდებარეობის შერჩევის მოთხოვნის შემთხვევაში, კონსულტანტების უმეტესობა არ განიხილავს საქართველოს.

შესაბამისად, მნიშვნელოვანია, მსგავსი ტიპის კონსულტანტებთან მუდმივი და მჭიდრო თანამშრომლობა, რათა კომპანიებმა თავიანთ კლიენტებს მუდმივად შესთავაზონ საქართველო, როგორც ერთ-ერთი საინტერესო საინვესტიციო ალტერნატივა და ქვეყანა მუდამ იყოს წარმოდგენილი მსოფლიო საინვესტიციო რუკაზე.

2020 წლის განმავლობაში მსოფლიოს მასშტაბით მოხდა 45 ლოკაციის კონსულტანტების იდენტიფიცირება, მათთან დაკავშირება და საქართველოში მოწვევა. სექტემბერსა და ოქტომბერში შედგა საინვესტიციო ლოკაციების კონსულტანტების 2 გაცნობით ტური საქართველოში. 2021 წლის გაზაფხულ-ზაფხულის პერიოდში იგეგმება ლოკაციების კონსულტანტების მე-3 ტური, რომელშიც მონაწილეობას მიიღებენ ის კომპანიები, რომლებმაც პანდემიიდან გამომდინარე ვერ შეძლეს გაცნობით ტურზე ჩამოსვლა 2020 წელს.

## [ამოცანა 2.4.](#_Toc17720048) საინვესტიციო შესაძლებლობების პოპულარიზაცია საერთაშორისო სექტორული რეიტინგების, ონლაინ შედარების ინსტრუმენტების (benchmarking), ასოციაციების, სტატიების, ანგარიშებისა და ონლაინ გამოცემების მეშვეობით

საინვესტიციო შესაძლებლობების პოპულარიზაციისთვის დაგეგმილია სხვადასხვა აქტივობა, მათ შორის: საერთაშორისო ონლაინ პლატფორმებზე და ბიზნეს მედიაში საქართველოს შესახებ ინფორმაციის გავრცელება, საერთაშორისო სექტორულ რეიტინგებში და ანგარიშებში საქართველოს დამატებაზე და/ან პოზიციების გაუმჯობესებაზე ზრუნვა, საინვესტიციოდ პრიორიტეტული სექტორების ბიზნეს ასოციაციებთან თანამშრომლობა და მათი საქართველოში ვიზიტის ორგანიზება.

საქართველოს შესახებ ცნობადობის ამაღლებისთვის მნიშვნელოვანია საერთაშორისო სექტორული ასოციაციების პლატფორმებზე განთავსდეს საქართველოს შესახებ სტატიები და ანგარიშები, რადგან ბევრი პოტენციური ინვესტორი კომპანია არის მსგავსი ასოციაციის წევრი და ყურადღებას აქცევს სიახლეებს, რომლებიც მსგავსი პლატფორმებით ვრცელდება.

გარდა ამისა, დაგეგმილია აქტიური თანამშრომლობა იმ ორგანიზაციებთან, რომლებიც ჩართული არიან სექტორული რეიტინგებისა და სხვადასხვა დაჯილდოების მომზადებაში. საქართველოს სექტორული რეიტინგების გაუმჯობესება არის ინვესტორებთან კომუნიკაციის მნიშვნელოვანი არაპირდაპირი ინსტრუმენტი, რადგან სექტორის წარმომადგენელი ინვესტორები ქვეყნის ზოგად რეიტინგებთან ერთად უყურებენ სექტორულ რეიტინგებს. ამჟამად ბევრ რეიტინგში საქართველო არ არის წარმოდგენილი და/ან ცუდი პოზიცია უკავია, შესაბამისად დაგეგმილია აქტივობები მსგავს რეიტინგებში საქართველოს შესახებ ინფორმაციის გაუმჯობესებაზე ზრუნვის მიზნით.

სექტორულ რეიტინგებთან ერთად დაგეგმილია მუშაობა ორგანიზაციებთან, რომლებიც აქვეყნებენ სპეციალურ რეიტინგებს ან ფლობენ პლატფორმებს, საიდანაც შესაძლებელია ქვეყნებთან დაკავშირებული რისკების და გარე ფაქტორების შეფასება, რასაც ინვესტორები ასევე ითვალისწინებენ საინვესტიციო ლოკაციების არჩევისას.

ასევე, მნიშვნელოვანია, ქვეყნის საინვესტიციო გარემოს და პრიორიტეტული სექტორების პოპულარიზაციის მიზნით საერთაშორისო მედია არხების აქტიური გამოყენების ინიცირება. აღნიშნული მოიცავს მედია ტურების ორგანიზებას, საქართველოს საინვესტიციო შესაძლებლობების შესახებ ინფორმაციის განთავსებას სტატიებში, ანგარიშებსა და ონლაინ გამოცემებში. მნიშვნელოვანია, პრიორიტეტული სექტორების მიხედვით ბიზნეს მედიის და ბიზნეს ასოციაციების საქართველოში ჩამოყვანა.

## [ამოცანა 2.5. ციფრულ პლატფორმებზე ინფორმაციის ხელმისაწვდომობის უზრუნველყოფა](#_Toc17720048)

ინვესტორებისთვის ინფორმაციის მიწოდების და საქართველოს საინვესტიციო გარემოს შესახებ ცნობადობის გაზრდის მიზნით შექმნილია საინვესტიციო ვებ-გვერდი [www.investingeorgia.org/en/](http://www.investingeorgia.org/en/), რომელიც მრავალი ინვესტორისთვის ქვეყნის შესახებ ინფორმაციის მიღების პირველი წყაროა. შესაბამისად, ვებ-გვერდზე განთავსებულია საქართველოს ბიზნეს გარემოს შესახებ მიმოხილვა, სექტორული კვლევები, გზამკვლევები და სხვა მნიშვნელოვანი ინფორმაცია.

ვებ-გვერდზე, ასევე განთავსებულია ქვეყნების შედარების ინსტრუმენტი (benchmarking tool), რომლის მეშვეობითაც შესაძლებელია საქართველოს კონკურენტ ქვეყნებთან შედარება სხვადასხვა კრიტერიუმით, მათ შორის გადასახადები, სახელფასო ხარჯი, ბიზნეს კლიმატი და სხვა.

საინვესტიციო ვებ-გვერდი, ასევე მოიცავს ე.წ. Investment Roadmap-ს, რომელიც ინვესტორებს სექტორების მიხედვით ვიზუალურად აჩვენებს რა ეტაპების გავლა მოუწევთ ინვესტირების პროცესში, საქართველოს გაცნობიდან ოპერირების დაწყებამდე.

ვებ-გვერდზე, ასევე ამუშავდება ინტერაქტიული რუკა, რომელზეც დატანილი იქნება ქვეყნის სტრატეგიული ობიექტები, ინფრასტრუქტურის რუკა, თავისუფალი ინდუსტრიული ზონები, საინვესტიციო პროექტები და ა.შ.

ამასთან, ერთ-ერთ პრიორიტეტად განსაზღვრულია სოციალური ქსელების აქტიური გამოყენება და საინვესტიციო მიმართულების LinkedIn გვერდის მეტად გააქტიურება.

# სტრატეგიის განხორციელება

სტრატეგიული სამოქმედო გეგმის წარმატებით განსახორციელებლად და სასურველი შედეგების მისაღწევად საჭიროა სათანადო რესურსები, ელექტრონული პლატფორმები და კოორდინირებული მუშაობა სხვადასხვა სახელმწიფო, არასამთავრობო და კერძო ორგანიზაციებთან.

# მომხმარებელთან ურთიერთობის მართვის პროგრამა (CRM)

საინვესტიციო მიმართულების ინსტიტუციონალური მეხსიერების გაძლიერებისთვის და საინვესტიციო პროექტების მიმდინარეობის უკეთესი მონიტორინგისთვის კრიტიკულად მნიშვნელოვანია იმ ინფორმაციის შენახვა და დამუშავება, რომელიც სააგენტოში იყრის თავს პოტენციურ და არსებულ ინვესტორებზე. შესაბამისად, დანერგილია „CRM“ სისტემა, რომელიც საშუალებას იძლევა შენახული იყოს სრული ინფორმაცია პოტენციურ და არსებულ ინვესტორებზე, მათთან მიმდინარე მოლაპარაკებებზე, დაგეგმილ და განხორციელებულ პროექტებზე. პროგრამის ინტეგრაცია ხდება შესაბამისი ელექტრონული ფოსტის პლატფორმებზე, რაც საშუალებას იძლევა „CRM“ პროგრამაში საინვესტიციო პროექტების მიხედვით იყოს შენახული მიმოწერა. გარდა ამისა, აღნიშნული პლატფორმის მეშვეობით შესაძლებელია სხვადასხვა ჭრილში ანალიტიკის გაკეთება და გუნდის მუშაობის ეფექტურობის მონიტორინგი.

# საერთაშორისო მონაცემთა ბაზებზე წვდომის უზრუნველყოფა

პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების (FDI) მოზიდვისთვის აუცილებელია უახლესი და მაქსიმალურად სრული ინფორმაცია საერთაშორისო კომპანიებსა და მათი აქტივობების შესახებ. ამ მიზნით სააგენტოს ექნება წვდომა ორ საერთაშორისო ბაზაზე Velocity და Rocketreach. Velocity მოიცავს ინფორმაციას კომპანიების საქმიანობის შესახებ და და შესაძლებელია სასურველი კრიტერიუმების მიხედვით სამიზნე კომპანიების გაფილტვრა/მოძიება. Rocketreach მოიცავს კომპანიების მაღალი რგოლის მენეჯერების საკონტაქტო ინფორმაციას.

ასევე, მნიშვნელოვანია, ინფორმაციის ფლობა თუ როგორ ედრება საქართველო სხვა კონკურენტ ქვეყნებს ისეთ კატეგორიებში, როგორებიცაა ხელფასები, კომუნალური ხარჯები და სხვა, რომლებიც საინტერესოა პოტენციური ინვესტორებისთვის. აღნიშნულის უზრუნველსაყოფად მნიშვნელოვანია ისეთ ბაზებზე წვდომა, როგორიცაა FDI Markets და FDI Benchmark (The Financial Times ჯგუფი), რომელთა მეშვეობითაც შესაძლებელია საქართველოს სხვა ქვეყნებთან 1000-ზე მეტ კატეგორიაში შედარების უზრუნველყოფა და ინვესტორებთან წარსადგენი საინვესტიციო შეთავაზებების დახვეწა. ამასთან, აღნიშნული ბაზა მოიცავს 95 ათასზე მეტი კომპანიის აქტივობის ანალიზს და ინფორმაციას ე.წ. საინვესტიციო სიგნალების შესახებ.

# თანამშრომლების რაოდენობის სტრატეგიულ მიზნებთან თანხვედრაში მოყვანა

მნიშვნელოვანია საინვესტიციო მიმართულების ინსტიტუციონალური გაძლიერება და ინვესტიციების საკითხებზე მომუშავე გუნდის უნარების განვითარებაზე მუდმივი ზრუნვა. ამასთან, საქართველოს საინვესტიციო გარემოს ცნობადობის ასამაღლებლად და ინვესტიციების მოზიდვაზე პრო-აქტიური მუშაობისთვის საჭიროა თანამშრომლების რაოდენობის სტრატეგიულ მიზნებთან თანხვედრაში მოყვანა.

# 2021-2022 წლების სამოქმედო გეგმა

სამოქმედო გეგმა მოცემული მიზნებისა და ამოცანების შესაბამისად დეტალურად განსაზღვრავს სტრატეგიის ფარგლებში განსახორციელებელ აქტივობებს. 2021 წლის სამოქმედო გეგმა წარმოდგენილია დანართის სახით (ექსელის ფაილი), ხოლო 2022 წლის დეტალური გეგმა (შესაბამისი ბიუჯეტის მითითებით) შემუშავდება 2021 წლის IV კვარტალში 2021 წლის აქტივობების შედეგებიდან გამომდინარე.

# სტრატეგიის დაფინანსება

სტრატეგია და სამოქმედო გეგმა განხორციელდება საქართველოს სახელმწიფო ბიუჯეტის საფუძველზე, ქვეყნის ძირითადი მონაცემებისა და მიმართულებების (BDD) გათვალისწინებით. სტრატეგიის განხორციელებისთვის საჭირო ფინანსური რესურსები ასახულია სამოქმედო გეგმაში.

# 5. სტრატეგიის განხორციელების მონიტორინგი და შეფასება

სტრატეგიის განხორციელების მონიტორინგს განახორციელებს სსიპ-ის „აწარმოე საქართველოში“ ანალიზის, მონიტორინგის და შეფასების დეპარტამენტი. სტრატეგიის მონიტორინგი და  შეფასება მოიცავს სტრატეგიაში გაწერილი მიზნების შესრულების ანგარიშების შედგენას და მათ შეფასებას სამიზნე მაჩვენებლებზე დაყრდნობით. ასევე, მონიტორინგის პროცესის მიზანია გამოვლინდეს სტრატეგიასა და დეპარტამენტის საქმიანობაში არსებული ნაკლებად ეფექტიანი აქტივობები და დაისახოს მათი გაუმჯობესების გზები. სტრატეგიის და სამოქმედო გეგმის განხორციელების შეფასების მიზნით მომზადდება კვარტალური და წლიური ანგარიშები. ამასთან, გამომდინარე იქიდან, რომ ინვესტიციების მოზიდვას გრძელვადიანი ციკლი აქვს (მაგ. შესაძლებელია ინვესტორთან მუშაობა დაიწყოს 2020 წელს, თუმცა გადაწყვეტილება არ იქნას მიღებული 2023 წლამდე ან შემდეგ), საბოლოო შესრულების შეფასება მოხდება 2021-2022 წლების სამოქმედო გეგმის დასრულებიდან მომდევნო 18 თვის განმავლობაში.